

# 中国互联网络发展状况统计报告

(2006年1月)



中国互联网络信息中心

## 目 录

第一部分 调查背景 .....	2
第二部分 调查内容 .....	2
第三部分 相关说明 .....	3
第四部分 调查结果 .....	4
一、中国互联网络发展的宏观概况 .....	4
二、网民行为意识调查结果 .....	13
（一）网民个人信息 .....	13
（二）网民对互联网的使用情况及满意度 .....	16
（三）网民对互联网热点问题的回答 .....	18
第五部分 中国互联网络发展状况分析报告 .....	21
前 言 .....	21
内容摘要 .....	22
一、中国互联网络宏观状况 .....	24
二、网民特征结构 .....	36
三、网民上网途径 .....	48
四、网民上网行为 .....	53
五、互联网发展地区差异分析 .....	58
六、非网民状况 .....	61
第六部分 香港互联网使用现状调查报告 .....	67
第七部分 澳门互联网使用现状统计报告 .....	86
第八部分 调查方法 .....	103
一、中国互联网络信息中心（CNNIC）调查方法 .....	103
二、香港城市大学互联网研究计划调查方法 .....	106
三、澳门互联网研究计划调查方法 .....	107
第九部分 中国互联网络信息中心（CNNIC）调查支持单位 .....	108

# 中国互联网络发展状况统计报告(2006/1)

## 中国互联网络信息中心（CNNIC）

### 第一部分 调查背景

我国互联网网民人数、网民分布、上网计算机数、信息流量分布、域名注册等方面情况的统计信息，对国家和企业动态掌握互联网在我国的发展情况，提供决策依据有着十分重要的意义。1997年，经国家主管部门研究，决定由中国互联网络信息中心（CNNIC）联合互联网络单位来实施这项统计工作。为了使这项工作制度化、正规化，从1998年起中国互联网络信息中心决定于每年1月和7月发布“中国互联网络发展状况统计报告”。统计报告发表后，受到各个方面的重视，被国内外广泛引用。本次为第17次调查。

该项工作得到了信息产业部等国家主管部门的大力支持，各互联网单位、调查支持网站以及媒体等也对中国互联网络信息中心的调查工作给予了支持与配合，保证了中国互联网络发展状况统计调查工作的顺利进行。

### 第二部分 调查内容

2005年12月第17次中国互联网络发展状况统计调查的主要内容为：

#### （一）中国互联网络发展的宏观概况

包括：我国网民人数

我国上网计算机数

我国域名数及其地域分布

我国网站数及其地域分布

我国IP地址总量及其地域分布

我国国际出口带宽总量

#### （二）中国网民的相关情况

包括：网民基本特征（如性别、年龄、婚姻状况、文化程度、职业、收入状况等）

网民对互联网的使用情况及满意度

网民对互联网热点问题的回答

## 第三部分 相关说明

- 1. 网民（互联网网民）：**中国互联网络信息中心（CNNIC）对网民的定义为：平均每周使用互联网至少 1 小时的中国公民。
- 2. 网站：**指有独立域名的 web 站点，其中包括 CN 和通用顶级域名（gTLD）下的 web 站点。  
此处的独立域名指的是每个域名最多只对应一个网站“WWW.+域名”。如：对域名 cnic.cn 来说，它只有一个网站 www.cnic.cn，并非它有 whois.cnic.cn、mail.cnic.cn……等多个网站，它们只被视为网站 www.cnic.cn 的不同频道。
- 3. 上网计算机：**指至少有 1 人通过该台计算机连入互联网络。
- 4. 关于我国东中西部地区划分如下：**
  - 东部：北京、天津、河北、辽宁、上海、江苏、浙江、福建、山东、广东和海南；
  - 中部：山西、吉林、黑龙江、安徽、江西、河南、湖北和湖南；
  - 西部：内蒙古、广西、重庆、四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏和新疆。
- 5. 除非明确指出，本报告中的数据均不包括香港、澳门、台湾地区在内。**
- 6. 本次调查统计数据截止日期为 2005 年 12 月 31 日。**

## 第四部分 调查结果

### 一、中国互联网络发展的宏观概况

注：本部分题号前标注\*号者为电话抽样调查结果。

#### （一）我国网民人数：

\*1. 网民总人数为 11100 万人，95%置信度下的置信区间为【10810 万人，11390 万人】。

\*2. 按上网方式划分，如表 4.1 所示：

表 4.1 不同方式上网网民数

专线上网网民数	拨号上网网民数	宽带上网网民数
2910万人	5100万人	6430万人

注 1：通过多种方式上网的网民被重复计入各种上网方式中，故各种方式上网网民数之和大于上网网民总数；

注 2：专线上网网民指通过以太网方式接入局域网，然后再通过专线的方式接入互联网的网民；

注 3：拨号上网网民包括 ISDN 网民；

注 4：宽带上网网民指使用 xDSL、Cable Modem 等方式上网的网民。

3. 按地域划分，如表 4.2 所示：

表 4.2 分地域划分的网民数

	网民数（万人）	占全国网民比例	占本省人口比例
广东	1486	13.4%	17.9%
山东	988	8.9%	10.8%
江苏	790	7.1%	10.6%
浙江	707	6.4%	15.0%
四川	609	5.5%	7.0%
河北	486	4.4%	7.1%
上海	463	4.2%	26.6%
湖北	463	4.2%	7.7%
北京	428	3.9%	28.7%
福建	397	3.6%	11.3%
河南	396	3.6%	4.1%
辽宁	372	3.3%	8.8%
湖南	348	3.1%	5.2%
广西	330	3.0%	6.7%
黑龙江	316	2.8%	8.3%
陕西	314	2.8%	8.5%
安徽	276	2.5%	4.3%

续表

	网民数（万人）	占全国网民比例	占本省人口比例
山西	269	2.4%	8.1%
云南	241	2.2%	5.5%
天津	229	2.1%	22.4%
吉林	201	1.8%	7.4%
重庆	189	1.7%	6.1%
江西	187	1.7%	4.4%
新疆	126	1.1%	6.4%
甘肃	125	1.1%	4.8%
内蒙古	116	1.0%	4.9%
贵州	109	1.0%	2.8%
海南	69	0.6%	8.4%
宁夏	32	0.3%	5.4%
青海	29	0.2%	5.4%
西藏	9	0.1%	3.3%

4. 除计算机外同时使用其他设备（移动终端、信息家电）上网的网民人数为 610 万人。

**（二）我国上网计算机数：**

\*1. 上网计算机总数为 4950 万台。

\*2. 按上网方式划分，如表 4.3 所示：

表 4.3 不同方式上网计算机数

专线上网计算机数	拨号上网计算机数	宽带上网计算机数
650万台	2060万台	2240万台

**（三）域名数：**

1. 域名总数约为 2,592,410 个，包括我国国家顶级域名 CN 和通用顶级域名（gTLD，如 COM 域名）两部分，其中 CN 域名为 1,096,924 个。

2. 按类别划分，如表 4.4、4.5 所示：

表 4.4 按类别划分的域名总数

	数量(个)	占域名总数比例
CN	1,096,924	42.3%
COM	1,202,497	46.4%
NET	216,533	8.4%
ORG	76,456	2.9%
合计	2,592,410	100.0%

表 4.5 按类别划分的 CN 域名数

	数量(个)	占 CN 域名数比例
.CN (二级域名)	588,748	53.7%
COM.CN	385,847	35.2%
NET.CN	41,602	3.8%
行政区域名.CN	37,167	3.4%
GOV.CN	23,752	2.2%
ORG.CN	15,752	1.4%
EDU.CN	2,454	0.2%
AC.CN	1,602	0.1%
合计	1,096,924	100.00%

3. 按地域划分（不含 EDU.CN），如表 4.6 所示：

表 4.6 按地域划分的域名

	域名总数		CN 域名数	
	数量（个）	占域名总数比例	数量（个）	占 CN 域名数比例
广东	434,832	16.8%	170,843	15.6%
北京	356,463	13.8%	195,082	17.8%
福建	246,258	9.5%	105,630	9.7%
上海	234,957	9.1%	104,040	9.5%
浙江	219,290	8.5%	75,379	6.9%
江苏	198,482	7.7%	67,504	6.2%
山东	124,406	4.8%	47,602	4.4%
四川	91,138	3.5%	23,955	2.2%
辽宁	76,636	3.0%	27,803	2.5%
河南	55,662	2.2%	21,968	2.0%
湖北	53,590	2.1%	20,891	1.9%
河北	52,325	2.0%	23,136	2.1%
安徽	42,308	1.6%	14,374	1.3%
湖南	41,994	1.6%	14,097	1.3%
天津	33,640	1.3%	15,190	1.4%
黑龙江	33,238	1.3%	11,488	1.1%
陕西	32,330	1.2%	11,697	1.1%
重庆	26,949	1.0%	10,831	1.0%
广西	24,359	0.9%	9,225	0.8%
江西	23,881	0.9%	10,140	0.9%
吉林	21,956	0.9%	9,955	0.9%
云南	21,418	0.8%	9,243	0.8%
山西	17,069	0.7%	7,700	0.7%
新疆	13,028	0.5%	4,626	0.4%

续表

	域名总数		CN 域名数	
	数量(个)	占域名总数比例	数量(个)	占 CN 域名数比例
内蒙古	11,258	0.4%	4,879	0.4%
海南	10,163	0.4%	3,262	0.3%
贵州	9,752	0.4%	4,666	0.4%
甘肃	8,820	0.3%	3,293	0.3%
宁夏	5,590	0.2%	2,768	0.3%
西藏	4,332	0.2%	1,311	0.1%
青海	3,003	0.1%	1,063	0.1%
海外	60,829	2.3%	60,829	5.6%
合计	2,589,956	100.0%	1,094,470	100.0%

注1:地域分布是按域名注册单位所在地来划分的,海外是指通过海外域名注册服务机构注册的CN域名;

注2:该表的分省数据中不含EDU.CN数据;

注3:按域名总数降序排列。

#### (四) 网站数(包括.CN、.COM、.NET、.ORG下的网站):

1. 我国网站总数约为694,200个。
2. 按类别划分,如表4.7、4.8所示:

表4.7 按类别划分的网站总数

	数量(个)	占网站总数比例
CN	299,530	43.2%
COM	315,917	45.5%
NET	60,523	8.7%
ORG	18,230	2.6%
合计	694,200	100.0%

表4.8 按类别划分的CN网站数

	数量(个)	占CN网站数比例
.CN(二级域名)	143,792	48.0%
COM.CN	119,256	39.8%
NET.CN	13,121	4.4%
GOV.CN	11,995	4.0%
ORG.CN	6,164	2.1%
行政区域名.CN	4,786	1.6%
AC.CN	416	0.1%
合计	299,530	100.0%



3. 按地域划分，如表 4.9 所示：

表 4.9 按地域划分的网站数

	数量	百分比
北 京	128,963	18.6%
广 东	115,111	16.6%
浙 江	67,206	9.7%
上 海	59,837	8.6%
江 苏	53,829	7.8%
福 建	36,787	5.3%
山 东	28,548	4.1%
辽 宁	22,665	3.3%
河 北	17,360	2.5%
湖 北	15,586	2.2%
四 川	14,769	2.1%
河 南	14,109	2.0%
安 徽	12,034	1.7%
湖 南	9,401	1.4%
广 西	8,355	1.2%
重 庆	8,169	1.2%
江 西	7,873	1.1%
天 津	7,272	1.0%
黑 龙 江	6,978	1.0%
陕 西	6,728	1.0%
山 西	5,288	0.8%
云 南	5,102	0.7%
吉 林	4,800	0.7%
内 蒙 古	3,250	0.5%
贵 州	3,052	0.4%
新 疆	2,851	0.4%
海 南	2,726	0.4%
甘 肃	2,579	0.4%
西 藏	2,459	0.4%
宁 夏	1,550	0.2%
青 海	686	0.1%
海 外	18,277	2.6%
合 计	694,200	100%

注：地域分布是按域名注册单位所在地来划分的，海外是指通过海外域名注册服务机构注册的 CN 域名下的网站。

#### （五）我国网络国际出口带宽数：

1. 国际出口带宽总量为 136,106M，连接的国家有美国、俄罗斯、法国、英国、德国、日本、

韩国、新加坡等。

2. 按运营商划分：

- 中国公用计算机互联网 (CHINANET) 70,622M
- 中国网络通信集团 (宽带中国 CHINA169 网) 38,941M
- 中国科技网 (CSTNET) 15,120M
- 中国教育和科研计算机网 (CERNET) 4,064M
- 中国移动互联网 (CMNET) 3,705M
- 中国联通互联网 (UNINET) 3,652M
- 中国国际经济贸易互联网 (CIETNET) 2M
- 中国长城互联网 (CGWNET) (建设中)
- 中国卫星集团互联网 (CSNET) (建设中)

(六) 我国 IP 地址数：

1. 我国大陆 IPv4 地址总数为 74,391,296 个，合 4A+111B+31C

台湾地区 IPv4 地址总数为 16,280,064 个，合 248B+106C

香港特区 IPv4 地址总数为 6,288,640 个，合 95B+245C

澳门特区 IPv4 地址总数为 144,640 个，合 2B+53C

2. 我国大陆 IPv4 地址按地域划分，如表 4.10 所示：

表 4.10 按地域划分的 IP v4 地址

	百分比
广 东	10.4%
北 京	10.1%
江 苏	8.1%
浙 江	7.8%
上 海	6.5%
山 东	5.8%
四 川	4.3%
河 南	4.2%
辽 宁	4.0%
湖 北	3.1%
河 北	3.0%
重 庆	2.8%
黑 龙 江	2.8%
福 建	2.8%
湖 南	2.6%
安 徽	2.5%
江 西	2.4%
天 津	2.3%

续表

	百分比
吉林	2.2%
云南	1.7%
陕西	1.7%
山西	1.5%
广西	1.5%
海南	1.5%
贵州	1.1%
新疆	1.0%
内蒙古	0.7%
甘肃	0.7%
宁夏	0.4%
青海	0.3%
西藏	0.2%
合计	100%

3. 我国大陆 IPv4 地址按分配单位划分，如表 4.11 所示：

表 4.11 中国大陆地区 IPv4 地址分配表

单位名称	地址数	折合数
中国电信集团公司	27,908,096	1A+169B+216C
中国网络通信集团公司	15,540,224	237B+32C
中国教育和科研计算机网	10,805,248	164B+224C
国家信息中心	4,194,304	64B
中国铁通集团有限公司	2,818,048	43B
中国联合通信有限公司	1,875,968	28B+160C
中国移动通信集团公司	1,736,704	26B+128C
北京教育信息网服务中心有限公司	917,504	14B
上海东方有线网络有限公司	483,328	7B+96C
北京电信通信工程有限公司	472,064	7B+52C
华数电视通信控股有限公司	393,216	6B
百灵信息科技有限公司	327,680	5B
江西广电信息网络有限公司	327,680	5B
北京歌华有线电视网络股份有限公司	278,528	4B+64C
北京中电飞华通信股份有限公司	278,528	4B+64C
济南广电嘉和数字电视有限责任公司	270,336	4B+32C
中国科技网	221,184	3B+96C
中国长城互联网	204,800	3B+32C
长城宽带网络服务有限公司	196,608	3B
广东金万邦科技投资有限公司	184,320	2B+208C
柳州非凡电子有限公司	172,032	2B+160C

续表

单位名称	地址数	折合数
深圳市天威视讯股份有限公司	163,840	2B+128C
中电华通通信有限公司	159,744	2B+112C
263 网络通信股份有限公司	154,624	2B+92C
北京世纪互联数据中心有限公司	149,504	2B+72C
宁波网通信息港有限公司	147,456	2B+64C
北京北大方正宽带网络科技有限公司	139,264	2B+32C
中国有线电视网络有限公司	139,264	2B+32C
大庆中基石油通信建设有限公司	110,592	1B+176C
广州恒汇网络通信有限公司	102,400	1B+144C
中企网络通信技术有限公司	98,304	1B+128C
天津广播电视网络有限公司	77,824	1B+48C
北京通科信息技术开发公司	73,728	1B+32C
北京博升拓网络技术有限责任公司	73,728	1B+32C
北京畅捷无限通讯技术有限公司	73,728	1B+32C
北京畅捷科技有限公司	65,536	1B
中广亚广播信息网络有限公司	65,536	1B
润迅通信集团有限公司	65,536	1B
金汉王通信有限公司	65,536	1B
重庆网通信息港宽带网络有限公司	65,536	1B
中国国际电子商务中心	65,536	1B
四川省广播电视网络有限责任公司	65,536	1B
中信网络有限公司	65,536	1B
北京中关村信息工程股份有限公司	65,536	1B
北京国研网络数据科技有限公司	57,344	224C
北京首信网创网络信息服务有限责任公司	49,152	192C
天津无限时代科技发展有限公司	49,152	192C
上海环球信息网络有限公司	40,960	160C
神州在线通信有限公司	40,960	160C
北京光环新网数字技术有限公司	36,864	144C
上海科技网络通信有限公司	34,816	136C
重庆广播电视网络传输有限责任公司	32,768	128C
广东有线广播电视网络股份有限公司	32,768	128C
北京国都天信应用技术有限责任公司	32,768	128C
广东盈通网络投资有限公司	32,768	128C
陕西省广播电视网络股份有限公司	28,672	112C
广东恒敦通信技术开发有限公司	26,624	104C
北京安莱信息通信技术有限公司	24,576	96C
深圳市南凌科技发展有限公司	24,576	96C
上海闵行广电科技发展有限公司	24,576	96C
网宿科技发展有限公司	20,480	80C

续表

单位名称	地址数	折合数
航天通信中心	16,384	64C
广东金科信息网络中心	16,384	64C
中国电信集团北方电信有限公司太原市分公司	16,384	64C
深圳市信息网络中心	16,384	64C
辽河石油勘探局通信公司	16,384	64C
北京瑞通通信工程有限公司	16,384	64C
东莞市博路电信科技有限公司	16,384	64C
北京互联通网络科技有限公司	16,384	64C
广西柳州市视通网络信息有限责任公司	16,384	64C
创联万网国际信息技术(北京)有限公司	16,384	64C
上海市互联网络交换中心	16,384	64C
北京电信发展总公司	16,384	64C
华北石油通信公司信息中心	16,384	64C
山西广电网络集团有限公司	16,384	64C
东风通信技术有限公司	16,384	64C
中广有线信息网络有限公司温州分公司	16,384	64C
南京唐桥科技有限公司	16,384	64C
广州市广播电视网络有限公司	16,384	64C
上海世纪互联信息系统有限公司	16,384	64C
天津瑞鼎数字科技有限公司	16,384	64C
佛山市视通宽带网络有限公司	16,384	64C
广州光通通信发展有限公司	12,288	48C
北京天地互连信息技术有限公司	9,216	36C
其他单位	1,575,680	24B+11C
合计	74,391,296	4A+111B+31C

数据来源：APNIC、中国互联网络信息中心(CNNIC)。

注1：APNIC是亚太互联网络信息中心的简称，负责亚太地区IP地址的分配与管理，在亚太地区许多国家拥有成员单位，网址是：<http://www.apnic.net/>；中国互联网络信息中心作为经APNIC认定并由信息产业部认可的中国国家互联网注册机构(NIR)，召集国内有一定规模和影响力的ISP，组成IP地址分配联盟，目前中国互联网络信息中心分配联盟共有163家成员，IP地址持有量为15,959,040个，合243B+132C。上表中大部分都是中国互联网络信息中心分配联盟成员单位；

注2：IPv4地址分配表只列出拥有IPv4地址数大于32C的单位。

3. 我国大陆IPv6地址总数为  $19^*/32+48$

台湾地区IPv6地址总数为  $114^*/32+48$

香港特区IPv6地址总数为  $4^*/32+64$

澳门特区IPv6地址总数为  $2^*/32$

4. 我国大陆 IPv6 地址按分配单位划分，如表 4.12 所示

表 4.12 我国大陆地区 IPv6 地址分配表

单位名称	IPv6 地址数
中国教育和科研计算机网	7*/32+/48
北京英纳特网络研究所	2*/32
中国互联网络信息中心	/32
铁道通信信息有限责任公司	/32
中国国际电子商务中心	/32
中国科技网	/32
中国移动通信集团公司	/32
中国电信集团公司	/32
中国联合通信有限公司	/32
中国网络通信集团公司	/32
重庆网通信息港宽带网络有限公司	/32
北京电信通电信工程有限公司	/32

数据来源：APNIC、中国互联网络信息中心（CNNIC）

注 IPv6 地址分配表中的/32 是 IPv6 的地址表示方法，对应的地址数量是  $2^{(128-32)} = 2^{96}$

个，同样，/48 对应的地址数量是  $2^{(128-48)} = 2^{80}$  个。

## 二、网民行为意识调查结果

注：以下结果中题号前加注\*者为电话抽样调查结果，没有\*者为网上联机调查结果。

### （一）网民个人信息

\*1. 网民的性别分布：男性占 58.7%，女性占 41.3%，如图 4.1 所示：

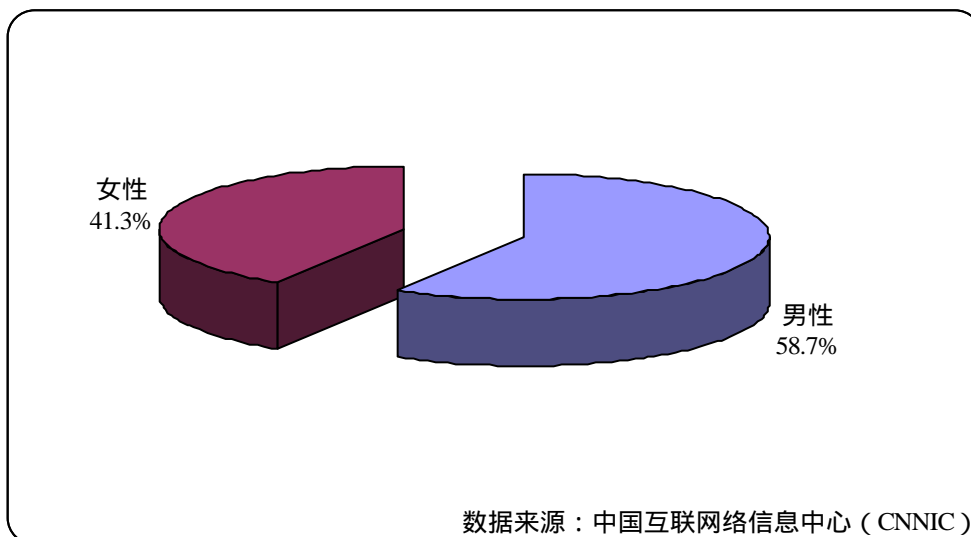


图 4.1 网民的性别分布

\*2. 网民的年龄分布，如表 4.13 和图 4.2 所示：

表 4.13 网民的年龄分布

18岁以下	18~24岁	25~30岁	31~35岁	36~40岁	41~50岁	51~60岁	60岁以上
16.6%	35.1%	19.3%	11.6%	7.1%	6.8%	2.7%	0.8%

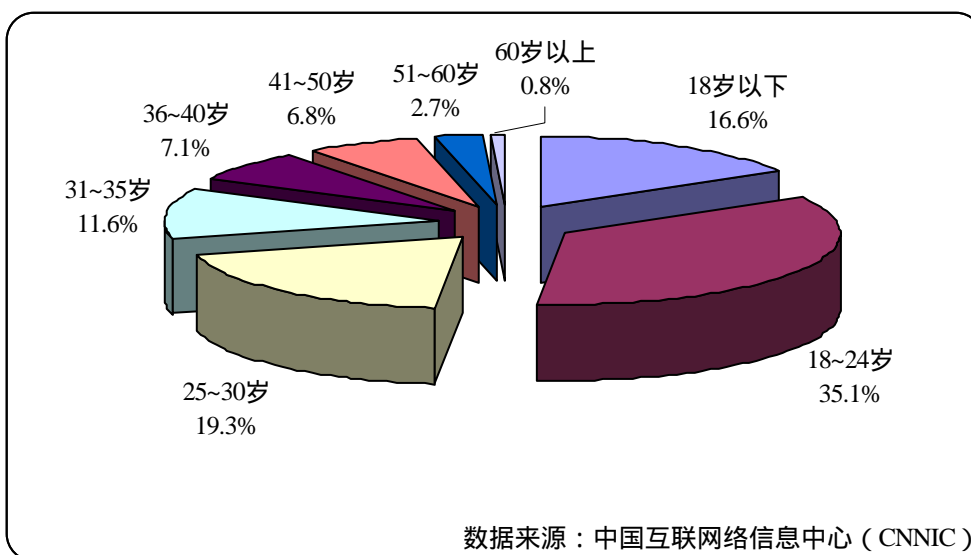


图 4.2 网民的年龄分布

\*3. 网民的婚姻状况：未婚占 57.9%，已婚占 42.1%，如图 4.3 所示：

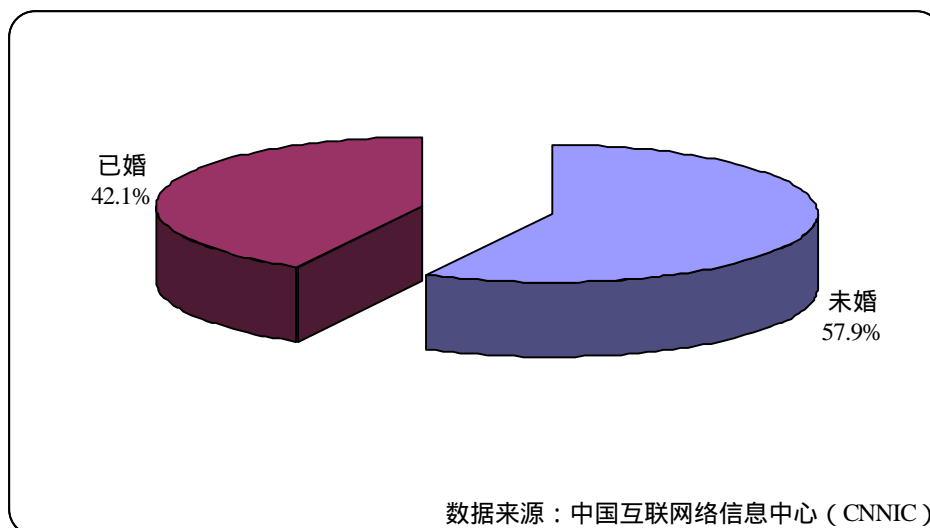


图 4.3 网民的婚姻状况

\*4. 网民的文化程度分布，如表 4.14 和图 4.4 所示：

表 4.14 网民的文化程度分布

高中(中专)以下	高中(中专)	大专	本科	硕士	博士
16.2%	30.2%	24.4%	26.3%	2.4%	0.5%

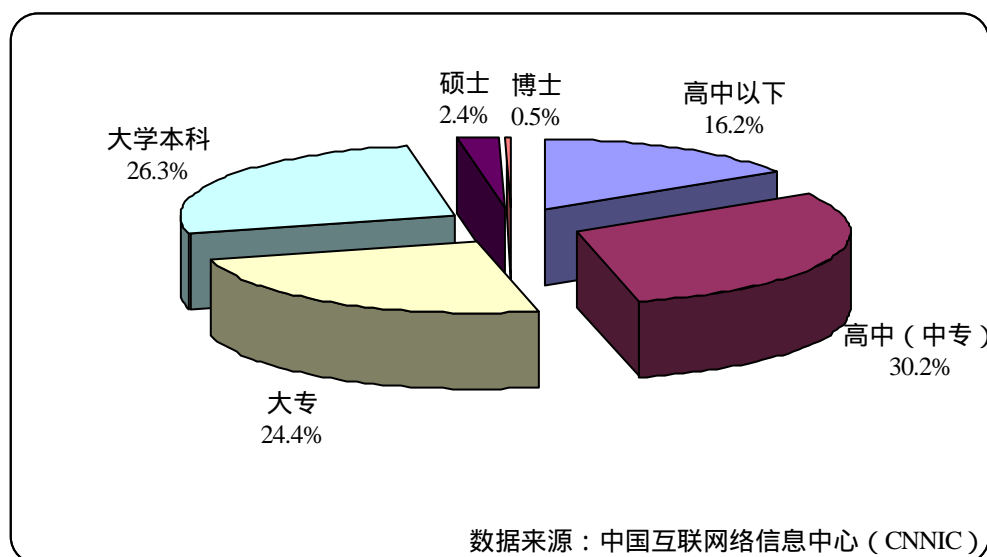


图 4.4 网民的文化程度分布

\*5. 网民的职业分布，如表 4.15 所示：

表 4.15 网民的职业分布

学生	企事业单位工作人员	学校教师及行政人员	国家机关、党群组织工作人员
35.1%	29.7%	7.3%	6.6%
事业单位工作人员	自由职业	农民	无业
6.5%	4.1%	1.4%	6.9%
退休	其他（包括军人）		
1.8%	0.6%		



\*6. 家庭网民的个人月收入分布，如表 4.16 所示：

表 4.16 家庭网民的个人月收入分布

<b>500 元以下</b>	<b>501 ~ 1000 元</b>	<b>1001 ~ 1500 元</b>	<b>1501 ~ 2000 元</b>	<b>2001 ~ 2500 元</b>	<b>2501 ~ 3000 元</b>
21.8%	15.7%	13.4%	11.8%	6.9%	5.9%
<b>3001 ~ 4000 元</b>	<b>4001 ~ 5000 元</b>	<b>5001 ~ 6000 元</b>	<b>6001 ~ 10000 元</b>	<b>10000 元以上</b>	<b>无收入</b>
5.4%	4.5%	1.8%	2.3%	2.3%	8.2%

## （二）网民对互联网的使用情况及满意度

\*1. 网民上网的主要地点（多选题），如表 4.17 和图 4.5 所示：

表 4.17 网民主要上网地点

家里	工作场所	网吧	学校	公共场所	其他
70.5%	37.6%	27.0%	19.0%	0.8%	0.1%

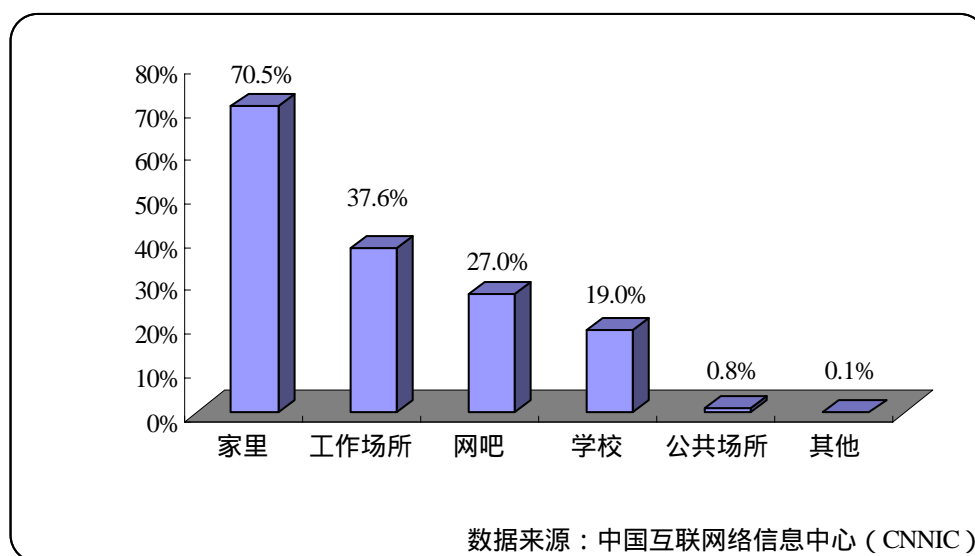


图 4.5 网民主要上网地点

\*2. 除免费上网用户外的网民每月实际花费的上网费用：103.6 元

注：此费用指的是上网费和用于上网的电话费，不包括其他的日常电话费用。

\*3. 网民平均每周上网时间：15.9 小时

\*4. 网民通常在什么时间上网（多选题），如表 4.18 所示：

表 4.18 网民通常上网的时间段分布

<b>0 点</b>	<b>1 点</b>	<b>2 点</b>	<b>3 点</b>
20.6%	7.8%	6.4%	4.1%
<b>4 点</b>	<b>5 点</b>	<b>6 点</b>	<b>7 点</b>
3.0%	2.7%	3.1%	4.4%
<b>8 点</b>	<b>9 点</b>	<b>10 点</b>	<b>11 点</b>
16.0%	26.7%	31.2%	29.3%
<b>12 点</b>	<b>13 点</b>	<b>14 点</b>	<b>15 点</b>
33.3%	34.9%	38.4%	38.9%
<b>16 点</b>	<b>17 点</b>	<b>18 点</b>	<b>19 点</b>
37.1%	33.2%	31.1%	44.7%
<b>20 点</b>	<b>21 点</b>	<b>22 点</b>	<b>23 点</b>
61.1%	60.2%	50.0%	31.4%

5. 网民经常使用的网络服务/功能（多选题）：

- 浏览新闻 67.9%
- 搜索引擎 65.7%
- 收发邮件 64.7%
- 即时通讯 41.9%
- 论坛/BBS/讨论组等 41.6%
- 获取信息（产品服务查询、工作信息查询、医疗健康服务查询、政府信息查询等） 39.8%
- 在线音乐收听及下载（在线广播） 38.3%
- 在线影视收看及下载（在线电视） 37.1%
- 文件上传下载（不包含音乐、影视下载） 33.8%
- 网上游戏 33.2%
- 网上校友录 28.6%
- 网上购物 24.5%
- 网络聊天室 23.1%
- 网上招聘 18.9%
- 电子杂志 16.7%
- 个人主页空间 14.2%
- 博客(Blog, 网络日志) 14.2%
- 网上金融（包括银行、网上炒股） 14.1%
- 网上教育 14.1%
- 网上销售（含网上推广、网上拍卖） 9.9%
- 短信息/彩信服务 9.5%
- 网络电话（包括网上 IP 电话、PC to Phone） 6.5%
- 电子政务（网上投诉、网上审批、网上监督等） 5.1%
- 网上预订（酒店、票务、挂号等） 4.6%
- 征婚、交友、社区俱乐部 3.8%
- 其他 4.0%

6. 网民认为当前互联网在如下几方面的帮助程度，如表 4.19 所示：

表 4.19 网民认为当前互联网的帮助程度

	有较大帮助	有一定帮助	一般	有一定害处	有较大害处
学习	49.9%	35.9%	12.2%	1.5%	0.5%
工作	54.4%	32.0%	12.8%	0.6%	0.2%
生活	41.8%	38.0%	18.3%	1.7%	0.3%
娱乐	54.5%	27.7%	15.6%	1.7%	0.5%

7. 网民对当前互联网在如下几方面的满意程度及总体满意度，如表 4.20 所示：

表 4.20 网民对互联网的满意度

	非常满意	比较满意	一般	不太满意	很不满意
网络速度	6.8%	33.9%	39.8%	15.0%	4.5%
费用及收费规则	4.7%	18.7%	43.7%	25.2%	7.7%
安全性	4.3%	20.2%	44.6%	23.0%	7.9%
内容的真实性	5.2%	25.4%	47.4%	18.2%	3.8%
内容的健康性	4.8%	22.7%	47.7%	19.2%	5.6%
对个人隐私的保护	5.5%	22.7%	45.4%	19.3%	7.2%
操作简便	14.1%	46.6%	34.0%	4.3%	1.0%
<b>总体满意度</b>	<b>5.0%</b>	<b>40.7%</b>	<b>47.3%</b>	<b>6.4%</b>	<b>0.6%</b>

8. 网民对互联网最反感的方面是：

- 弹出式广告/窗口 22.1%
- 网络病毒 19.9%
- 网上收费陷阱 12.8%
- 网络入侵/攻击（包括木马） 11.7%
- 网上虚假信息 9.3%
- 垃圾邮件 8.7%
- 诱骗/欺诈/网络钓鱼 6.1%
- 网上不良信息 5.1%
- 隐私泄漏 3.7%
- 其他 0.6%

### （三）网民对互联网热点问题的回答

第 1~2 题为经常使用即时通讯工具的网民的情况：

1. 除了使用文字聊天功能外，您还经常使用即时通讯软件的哪些功能（多选题）：

■ 二人视频	68.6%
■ 二人语音	61.6%
■ 文件传输	47.9%
■ 在线游戏	40.0%
■ 网络硬盘	39.8%
■ 在线音乐	38.9%
■ 在线电视	33.6%
■ 搜索引擎功能	31.1%
■ 发短信/彩信	25.4%
■ 多人语音	24.3%
■ 视频点播	18.7%
■ Blog/心情日记	14.8%
■ 多人视频	14.8%
■ IP 电话	12.9%
■ 其他	0.5%

2. 半年中最常使用的即时通讯工具是否更换过：

■ 更换过	12.2%
■ 没更换过	87.8%

第 3~8 题为有网上购物经历的网民的情况：

3. 最近半年内网民通过互联网购买过的商品（多选题）：

■ 图书、报纸、杂志及其他纸质出版物	47.2%
■ 音像制品（包括 CD、DVD 等）	34.4%
■ 电脑、电脑配件（如内存、硬盘）及电脑周边设备（如打印机、扫描仪等）	29.7%
■ 服装	21.9%
■ 手机	18.2%
■ 生活、家居用品及服务	17.8%
■ MP3 播放机	17.6%
■ 网络游戏用品（含游戏卡、虚拟道具等）	17.4%
■ 化妆用品	15.6%
■ 电脑软件	15.3%
■ 数码相机	11.2%
■ IP 电话卡、手机充值卡及其他点卡	10.6%
■ 付费订阅与付费会员服务	10.1%
■ 其他数码电子产品	9.4%
■ 体育用品	8.4%
■ 旅行票务与旅店预定服务	7.4%
■ 教育学习服务（付费注册网上学校、培训班等）	7.0%
■ 鲜花、蛋糕及其他礼品服务	5.7%
■ 办公用品	5.4%
■ 家电产品	5.1%
■ 医药、医疗保健用品及服务	4.0%

■ 食品	2.4%
■ 理财、保险类产品及服务	2.2%
■ 其他	3.4%

4. 最近半年内平均购物次数：8.4次

5. 最近半年内进行网络购物的累计金额：

■ 0~100元	8.4%
■ 101~200元	11.3%
■ 201~500元	23.7%
■ 501~1000元	19.5%
■ 1001~2000元	14.7%
■ 2001~3000元	9.1%
■ 3001~5000元	6.7%
■ 5000元以上	6.6%

6. 最近半年内是否在互联网上进行过需要实物配送的异地购物：

■ 有	67.1%
■ 没有	32.9%

7. 采取哪种付款方式（多选题）：

■ 网上支付	61.5%
■ 货到付款（现金结算）	36.1%
■ 银行汇款	25.8%
■ 邮局汇款	18.2%
■ 手机支付	3.5%
■ 其他	0.9%

8. 一般通过什么方式得到购买的商品或服务（多选题）：

■ 普通邮寄	47.8%
■ EMS	39.3%
■ 其他快递	37.7%
■ 送货上门	34.1%
■ 网络下载、电子邮件传送	13.5%
■ 航空、铁路发运	4.4%
■ 其他	1.2%

## 第五部分 中国互联网络发展状况分析报告

### 前言

受国家主管部门委托，中国互联网络信息中心（CNNIC）自1997年10月开始发布中国互联网络发展状况统计报告，至今已17次。基于深入分析我国互联网、更深刻的揭示互联网在我国发展状况的诸如“谁、何时、在哪里、如何使用互联网、互联网的影响”等基础性问题的目的，以第17次和以前历次调查的数据为主要基础，完成本次中国互联网络发展状况分析报告。

和以往类似，本次分析报告撰写过程中主要采用了趋势对比、横向对比、纵向对比、分组、频数分析、相关分析、交叉分析等分析方法。兼顾重点和全面，本次分析报告在内容上包括中国互联网络宏观概况、网民的结构特征、网民的上网途径、网民的上网行为、非网民状况等几个部分。

本分析报告中的数据主要来自于中国互联网络信息中心（CNNIC）历次的调查数据，与全国人口有关的数据来自于国家统计局的统计年鉴等。除非明确指出，本报告中的数据均不包括香港、澳门、台湾地区在内。报告中拨号上网网民数包括ISDN上网网民数，宽带计算机数包括xDSL（ADSL等）、Cable Modem及其他宽带接入的上网计算机数。

由于时间和水平的原因，本分析报告可能存在不足、错误之处，欢迎大家批评指正。

对其他深入分析内容感兴趣的同志可与我们联系，联系方式是：

电子邮件：[cnnic-survey@cnnic.cn](mailto:cnnic-survey@cnnic.cn)

电 话：(010) 58813030；(010) 58812979

## 内容摘要

2005年12月第17次中国互联网络发展状况统计调查结果显示，2005年的中国互联网络在整体上保持增长态势的同时，网民特征结构、上网途径、上网行为等各方面也出现了一些较为明显的变化。

宏观方面，我国互联网继续保持持续、稳定的增长态势。其中网民数、上网计算机数分别达到了11000万人、4950万台，与上年同期相比分别增长了18.1%和19.0%；我国域名总数为2,592,410个，其中CN下注册的域名首次突破百万大关，达到1,096,924个，与上年同期相比，增长了153.9%，成为国内用户注册域名的首选。目前CN域名注册量在所有国家顶级域名中，稳居亚洲第一，在世界排名也从年初的第13位上升到目前的第6位。我国网站总数达到了694,200个；网络国际出口带宽总量达到136,106M；我国大陆的IPv4地址数达到了74,391,296个，位居世界第三。

在网民的特征结构方面，男性、未婚、30岁以下、大学本科以下、月收入在2000元及以下（含无收入）网民的比例依然在网民各特征数据中占据主要地位，所占比例分别为58.7%、57.9%、82.6%、70.8%、70.9%，其中未婚、30岁以上网民的比例与上年同期相比都有所上升，但男性网民比例、大学本科以下、月收入在2000元及以下（含无收入）网民所占比例与上年同期相比有所下降；在职业方面，学生所占比例超过了总网民的三分之一，达到了35.1%，其次是企业单位工作人员，占总数的29.6%，排在第三位的是学校教师及行政人员，所占比例为7.3%，国家机关、党群组织工作人员所占比例为6.6%，事业单位工作人员所占比例为6.5%，其他职业的网民所占比例都在5.0%以下。

在网民的上网途径方面，家里和工作场所仍然是网民上网的主要地点，所占比例分别为70.5%和37.6%，通过比较还发现，这两者之间的比例差距呈逐年增大的趋势；网民上网设备仍然主要采用台式计算机，比例达97.2%，使用笔记本电脑上网的网民比例已经达到18.2%；拨号上网网民、专线上网网民的数量与上年同期相比分别有14.8%和4.6%的下降，宽带（xDSL、Cable Modem等）上网网民数达6,430万，与上年同期相比增长50.2%，在所有网民中比例已经达到57.9%。

网民上网行为方面，网民一天中使用互联网时间的差异性较大，凌晨5点达到最低点，上网的网民比例为2.7%；一天中上网时间段出现三个峰值：第一个峰值时间段为10点，网民上网比例为31.2%，第二个峰值时间段为15点，网民上网比例为38.9%，20~21点达到一天中的最高峰，网民上网比例均超过60.0%。与上年同期相比，各个时间段上网的网民比

例有不同程度的增加，增幅最大的时间段是 18~22 点，均增加 8 个百分点以上；相比而言，4~7 点上网的网民比例增幅最小，同比只有 0.5 个百分点以内的增幅。网民平均每周上网 15.9 个小时，与上年同期相比，增加 2.7 小时，增幅为 20.5%；网民每月实际花费的上网费用为 103.6 元。

我国上网情况存在较明显的地区差异。首先城乡之间网民数量及网民普及率差异巨大。我国城市网民大约有 9168.6 万人，城市网民普及率为 16.9%；而同期乡村网民 1931.4 万人，网民普及率仅为 2.6%。其次东中西部发展差异很大。东部不仅在网民数量上占到了全国网民数的半数以上，在 IPv4、域名数和网站数方面也遥遥领先于中西部。东部 IPv4 数占全国总量的 62.4%，东部域名数和网站数分别占到了全国总量的 78.5%和 79.9%。中西部互联网发展则基本持平。

非网民不上网的主要原因依次为：不懂电脑/网络，不具备上网所需的技能 38.7%，不具备上网条件（没有上网设备、当地无法连接互联网）29.3%，没时间上网 13.2%，此外，觉得上网没用、不需要，年龄太大/太小，没有原因、不好说，不感兴趣等也是非网民不上网的原因，比例在 5.0%~10.0%之间。在对未来半年的预期方面，1.2%的非网民预期近半年内肯定上网，15.1%的非网民预期近半年内可能上网，高达 72.5%的非网民预期近半年内肯定不会上网，另外 11.2%的非网民对近半年内是否上网没有明确的预期。



## 一、中国互联网络宏观状况

网民人数、上网计算机数、域名数、网站数、网络国际出口带宽以及IP地址数等信息可以从整体上反映一个国家的互联网络发展程度和普及程度。对中国互联网络信息中心（CNNIC）历次调查中这些基础性统计数据深入分析，有助于从宏观的角度更深刻地认识互联网络在中国的发展状况。

### 1. 网民人数

截止到2005年12月31日，我国的网民总人数为11100万人，与上年同期调查结果相比，我国网民总人数一年增加了1700万人，增长率为18.1%（如图5.1所示），同1997年10月第一次调查结果62万网民人数相比，现在的网民人数已是当初的179.0倍。可见我国网民总数发展势头良好。

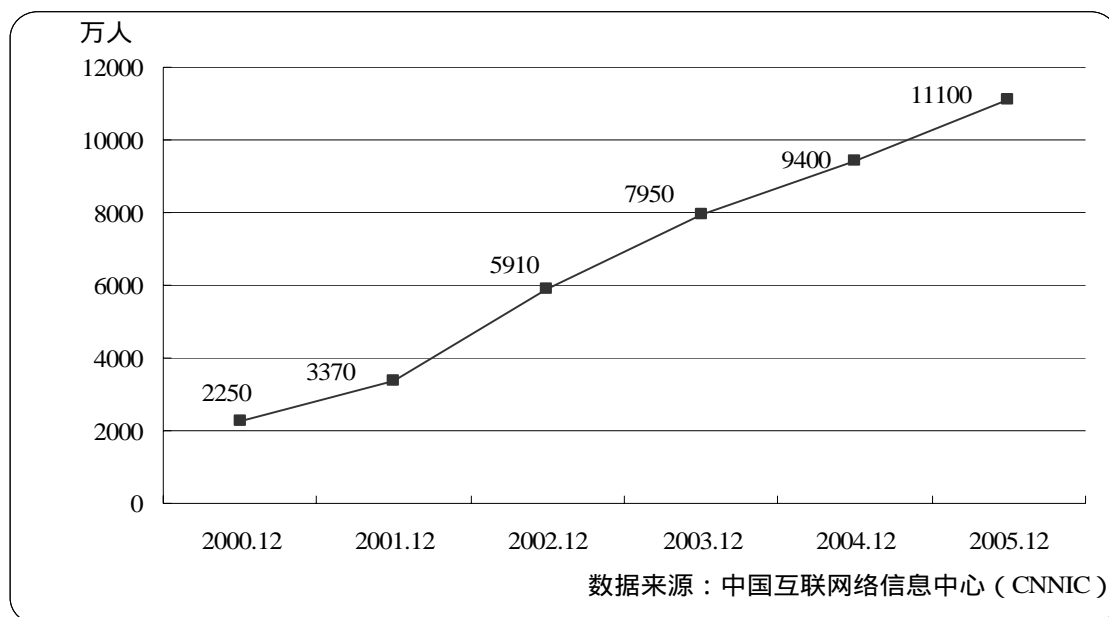


图5.1 历次调查网民总数

其中专线上网网民人数为2910万人，与上年同期的调查结果相比，专线上网网民人数一年减少了140万人，同比下降4.6%；拨号上网网民人数为5100万人，与上年同期相比，拨号上网网民人数一年减少780万人，同比下降13.3%；宽带上网网民人数为6430万人，与上年同期的调查相比，宽带上网网民人数一年增加了2150万人，增长率为50.2%（如图5.2所示）。从调查结果可以看出，在我国网民总数和宽带上网网民人数迅速增长的同时，拨号上网网民人数、专线上网网民人数均出现了负增长。

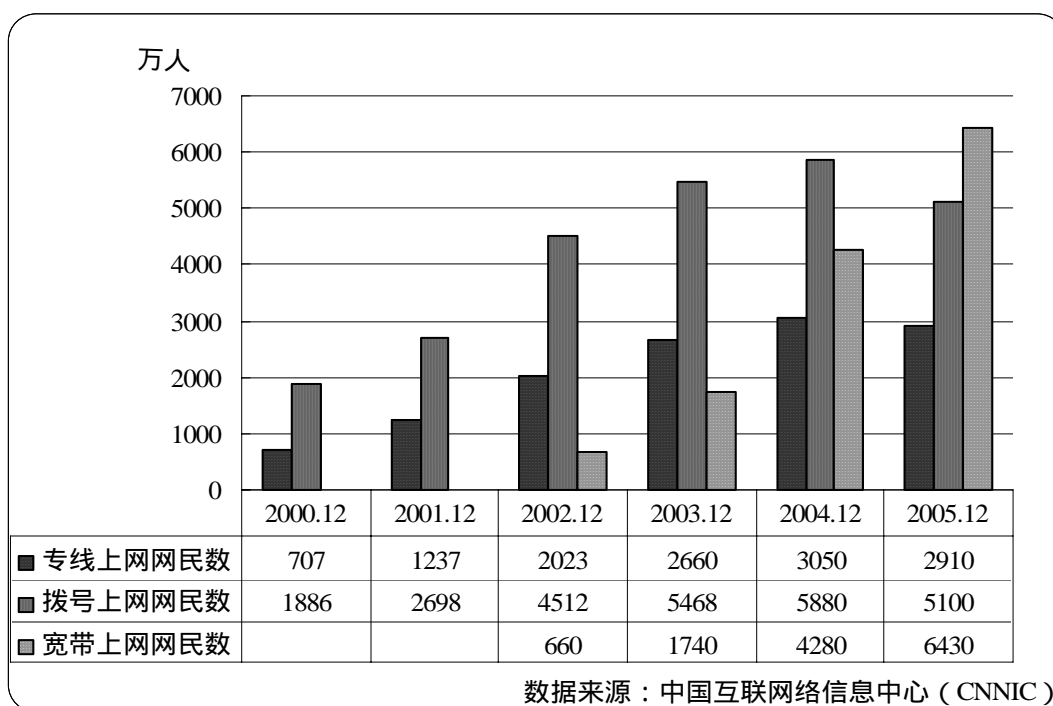


图5.2 历次调查不同上网方式网民人数

分析网民人数增长率的变化趋势（如图5.3所示）可以看出，网民人数的增长有所减缓。

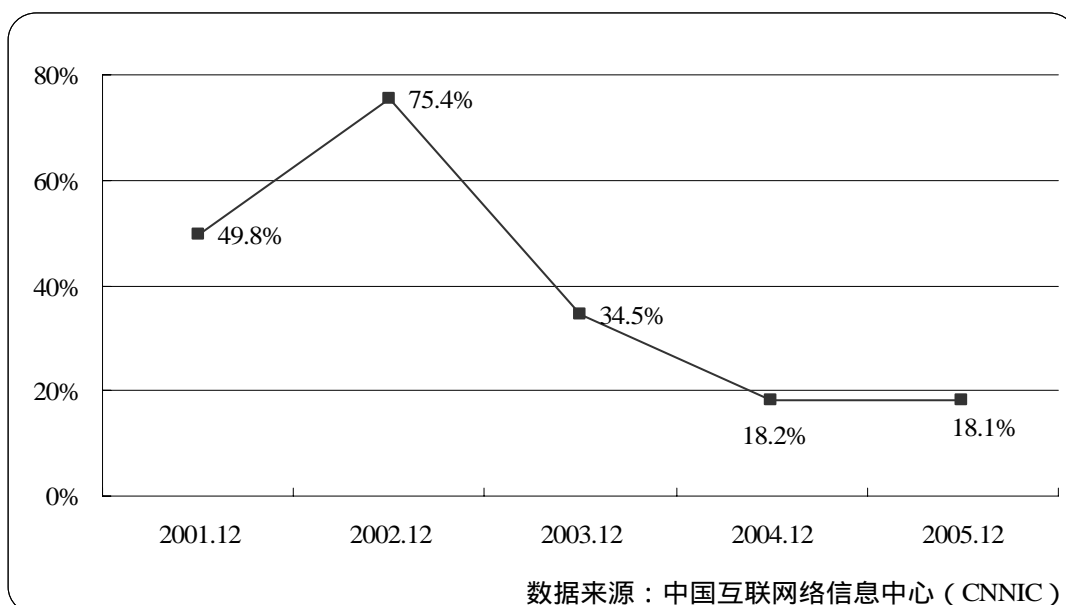


图5.3 历次调查网民人数增长率

我国网民总数的快速增长已被世界所瞩目，但11100万网民在我国将近13亿的总人口中仅占8.5%，与上年同期的7.2%相比，有所提高。这说明尽管我国的网民总数很大，增长速度较快，但互联网的普及程度目前还很低，发展空间仍非常大。

## 2. 上网计算机数

截止到2005年12月31日，我国的上网计算机总数已达4950万台，与上年同期相比，增加了790万台，增长率为19.0%（如图5.4所示）；是1997年10月第一次调查结果29.9万台的165.6倍。可见我国上网计算机总数始终保持增长态势。

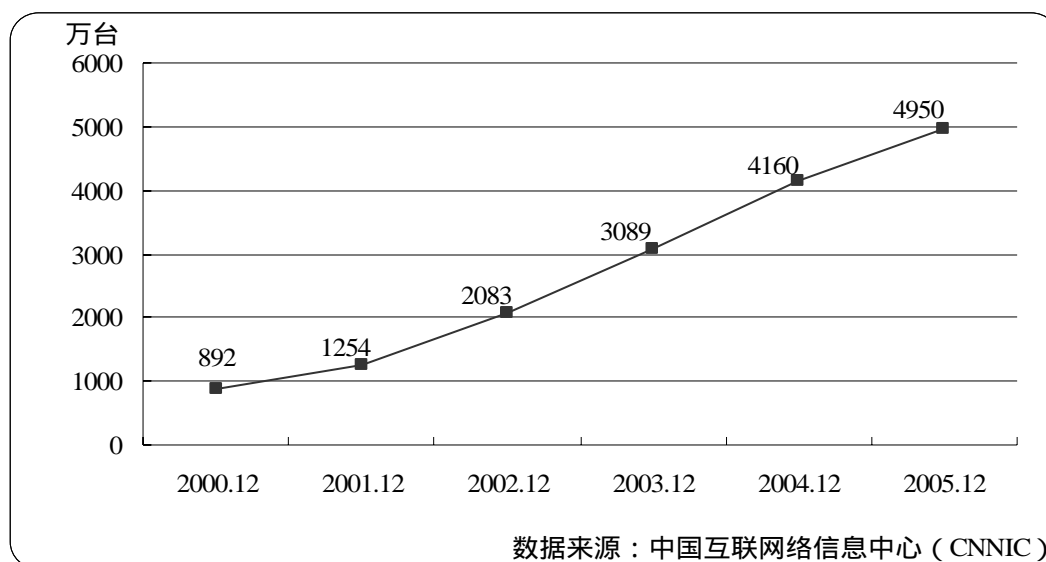


图5.4 历次调查上网计算机总数

其中专线上网计算机数为650万台，与上年同期的调查结果相比，专线上网计算机数一年减少了50万台，同比下降7.1%，是1997年10月第一次调查结果4.9万台的132.7倍；拨号上网计算机数为2060万台，与上年同期的调查结果相比，拨号上网计算机数一年减少了80万台，同比下降3.7%，是1997年10月第一次调查结果25万台的82.4倍；本次调查结果显示宽带上网计算机数为2240万台，在所调查的不同方式上网计算机数中所占比例最高（如图5.5所示）。通过调查结果可见，虽然上网计算机总数保持增长，但专线上网计算机数、拨号上网计算机数却出现了负增长，而宽带上网计算机发展迅速。

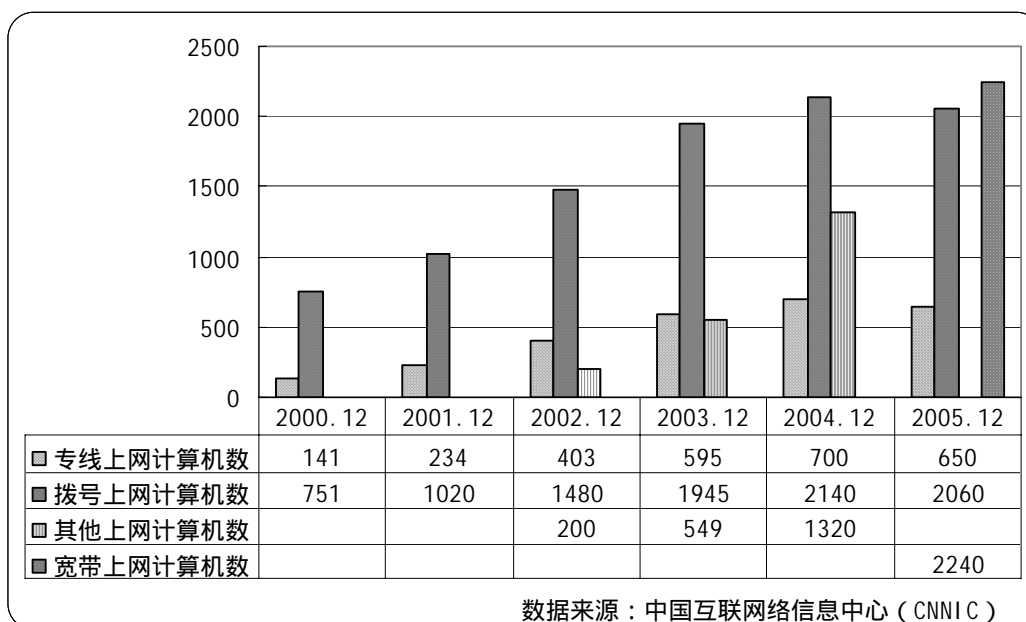


图5.5 历次调查不同方式上网计算机数

注：2005年以前的“其他上网计算机”中包含“宽带上网计算机”。

与上年同期的调查结果相比，本次调查结果中上网计算机总数的增长率呈现了下降趋势，专线上网计算机数和拨号上网计算机数则出现了负增长（如图5.6所示）。

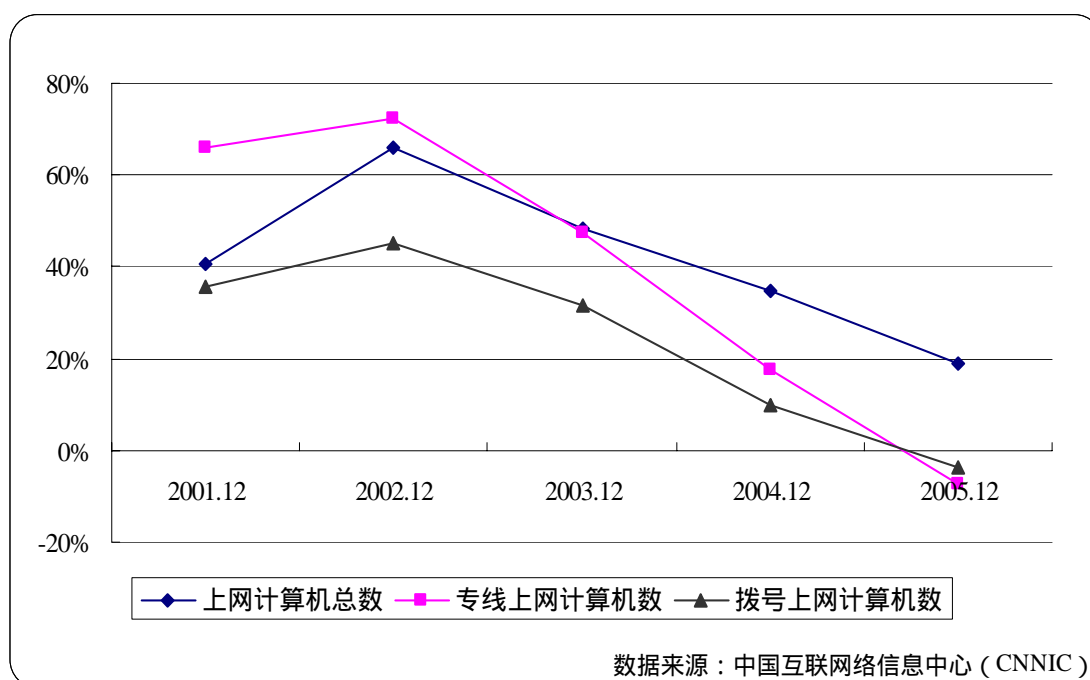


图5.6 历次调查上网计算机数增长率

### 3. 我国各类域名数

本次中国互联网络发展状况报告中首次公布了我国各类域名总量的统计数据。

截止到2005年12月31日，我国域名总数（包括我国国家顶级域名CN和COM、NET、ORG等通用顶级域名）为2,592,410个。从分类的角度来看，以COM结尾的英文域名总数为1,202,497个，占域名总数的46.4%；以NET结尾的英文域名总数为216,533个，占域名总数的8.4%；以ORG结尾的英文域名总数为76,456个，占域名总数的2.9%；CN域名1,096,924个，占域名总数的42.3%（如图5.7所示），CN域名已经成为亚洲最大的国家顶级域名，世界排名从年初的13位上升到全球第6位。

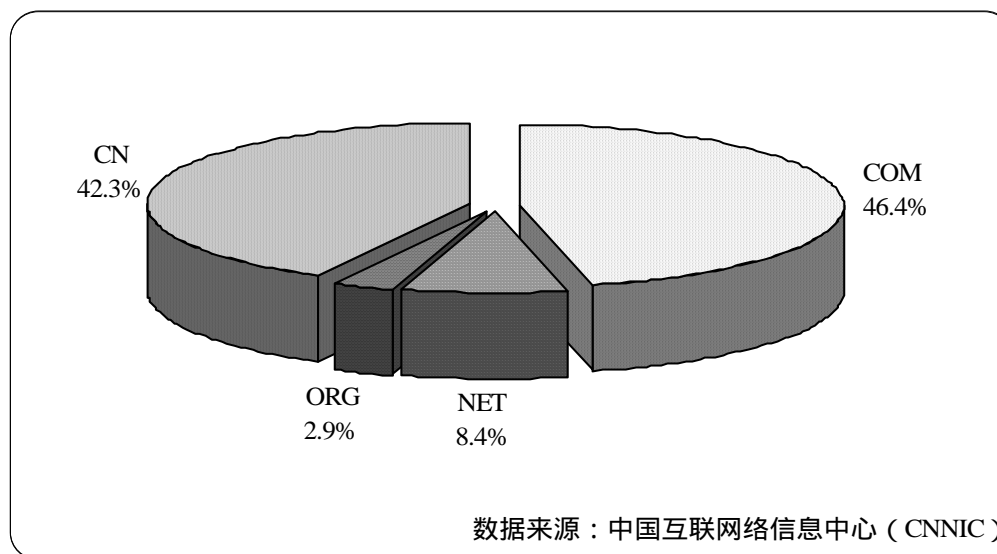


图5.7 我国域名分类分布

从域名总数来看，我国域名总数由2004年12月的1,852,300个增加到2,592,410个，一年净增长740,110个，年增长率为40.0%。其中，由.COM、.NET和.ORG组成的通用顶级域名总数在2005年内增长7.5万个，年增长率为5.3%；而以.CN结尾的我国国家顶级域名总数在2005年内增长664,847个，增长量是国内通用顶级域名增长量的8.8倍（如图5.8所示）。由此可见，国家顶级域名CN已经成为我国新增域名的绝对主流，并成为用户注册域名时的首选域名。

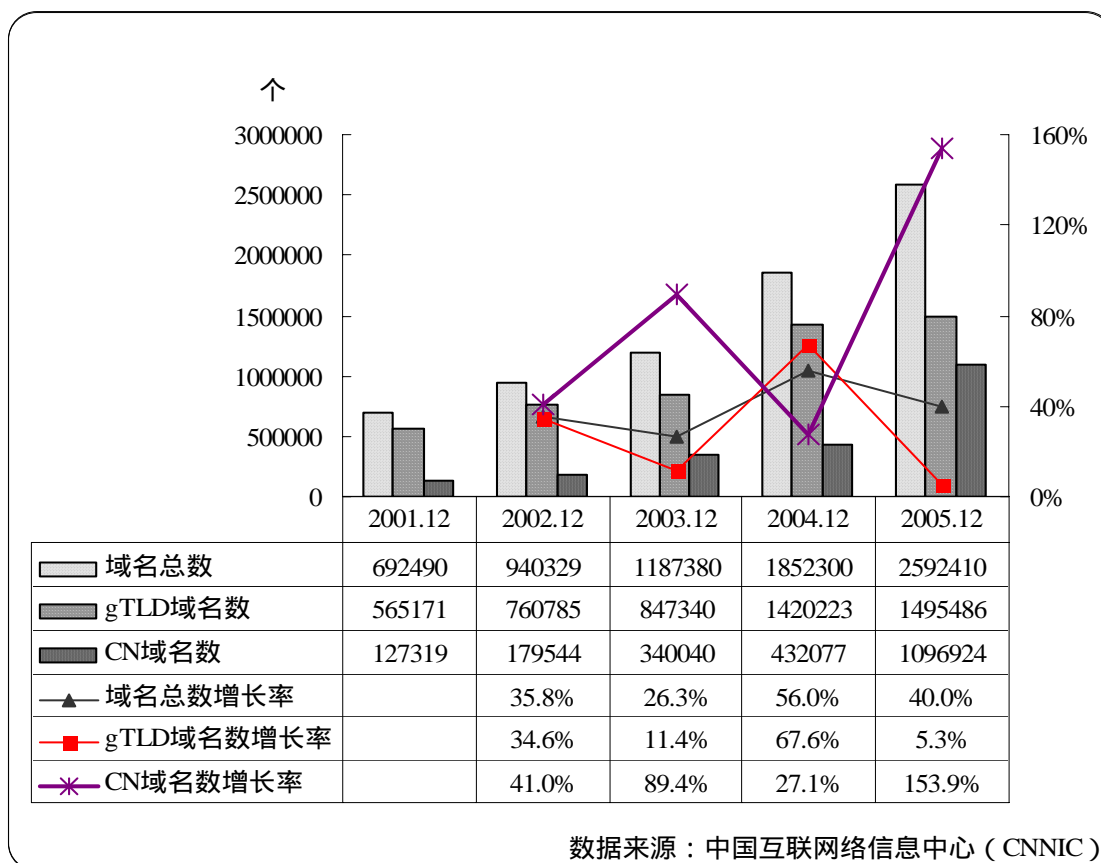


图5.8 我国历年域名总数增长情况

具体分析我国CN下注册的域名数据将更加有利于对我国CN下注册域名发展情况的了解。

截止到2005年12月31日，我国CN下注册的域名数为1,096,924个，与上年同期调查的432,077个相比，一年增加了664,847个，增长率为153.9%，同1997年10月第一次调查结果相比，域名总数已是当初4,066个的269.8倍。从分类的角度来看，以AC.CN结尾的英文域名总数为1,602个，与上年同期调查的682个相比，一年增加了920个，增长率为134.9%；以COM.CN结尾的英文域名总数为385,847个，与上年同期调查的173,649相比，一年增加了212,198个，增长率为122.2%；以EDU.CN结尾的英文域名总数为2,454个，与上年同期调查的2,226个相比，一年增加了228个，增长率为10.2%；以GOV.CN结尾的英文域名总数为23,752个，与上年同期调查的16,326个相比，一年增加了7,426个，增长率为45.5%；以NET.CN结尾的英文域名总数为41,602个，与上年同期调查的20,145个相比，一年增加了21,457个，增长率为106.5%；以ORG.CN结尾的英文域名总数为15,752个，与上年同期调查的9,415个相比，一年增加了6,337个，增长率为67.3%；以行政区域名结尾的英文域名总数为37,167个，与上年同期调查的15,765个相比，一年增加了21,402个，增长率为135.8%；CN二级域名数为588,748

个，与上年同期的调查的193,869个相比，一年增加了394,879个，增长率为203.7%（如图5.9所示）。整体而言，CN下注册域名数增长势头强劲。

从2004年12月到2005年12月的一年时间内，CN域名数量从43.2万增长到109.7万，实现了跨越性发展。随着2005年我国互联网步入又一个发展黄金时期，社会对CN域名的需求也迅速增长。而政策的利好调整和舆论的高度关注使越来越多的人认识到CN域名的价值，政府和权威网站相继启用推广CN域名的标杆效应，掀起了企业对CN域名的保护性注册和应用高潮。此外，CN域名投资群体也迅速壮大，使大量优质CN域名资源被注册。

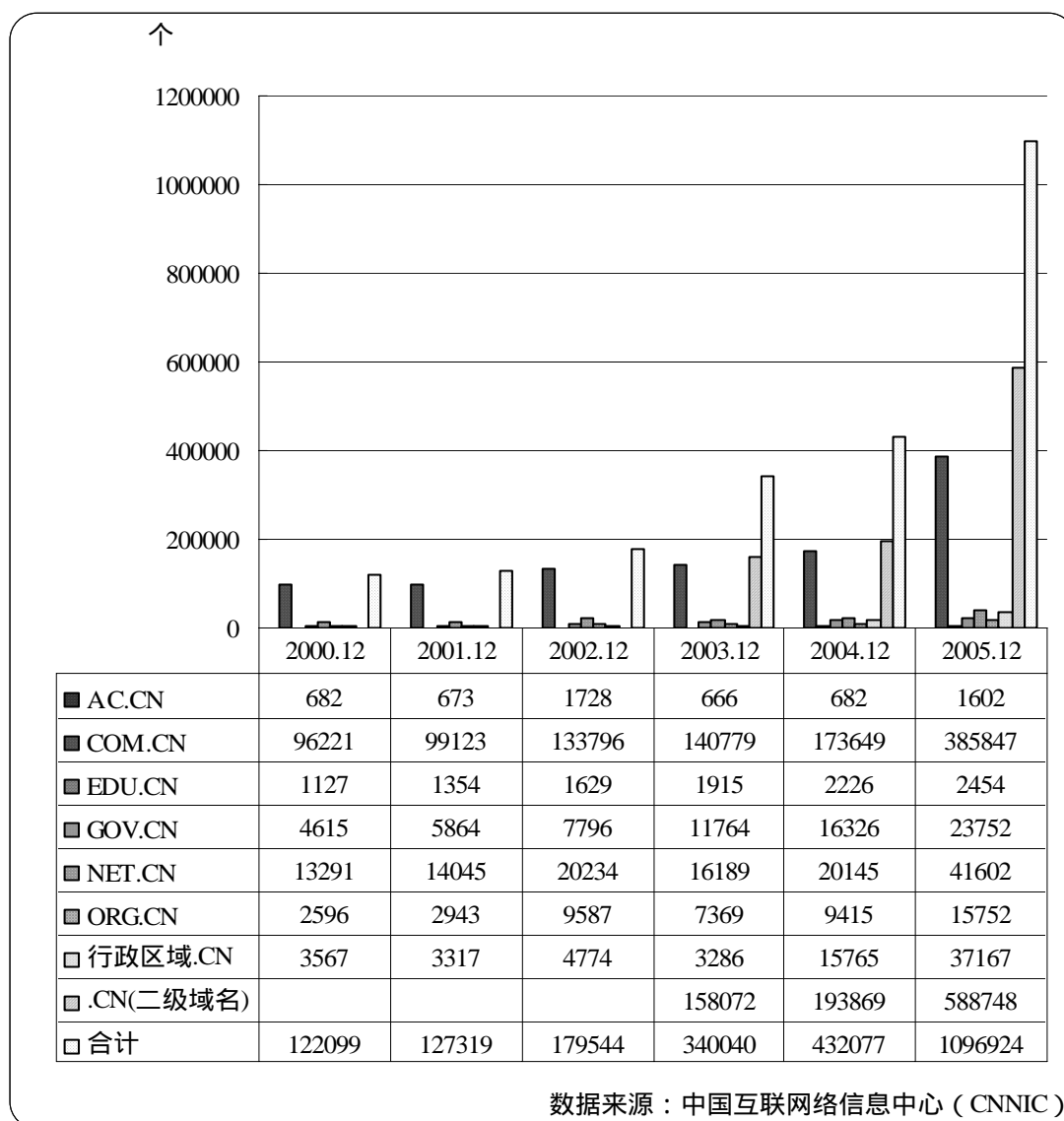


图5.9 历次调查CN下注册的域名数

从我国域名总数的地域分布可以看出，华北、华东、华南的注册域名比例为84.2%，东北、西南、西北的注册域名，只占13.3%，所占比例非常小（如图5.10所示）。从CN下注册域名的地域分布可以看出，华北、华东、华南的CN下注册域名比例为83.2%，东北、西南、

西北的CN下注册域名比例同历次调查结果相类似，只占11.2%，所占比例仍非常小（如图5.11所示）。这在一定程度上反映了我国地区之间的互联网发展水平仍然存在很大的差距。

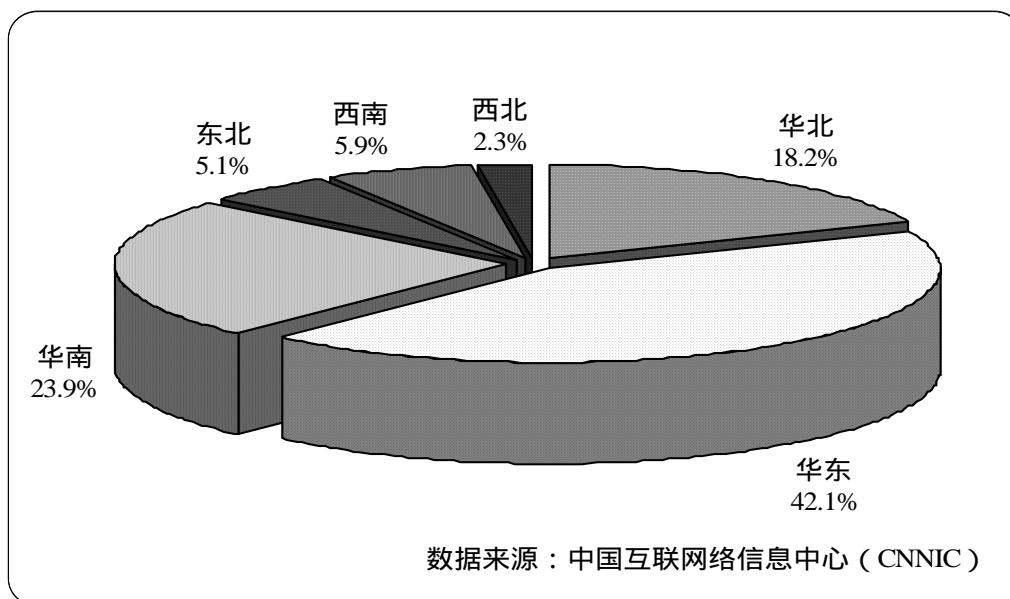


图5.10 我国域名总数地域分布

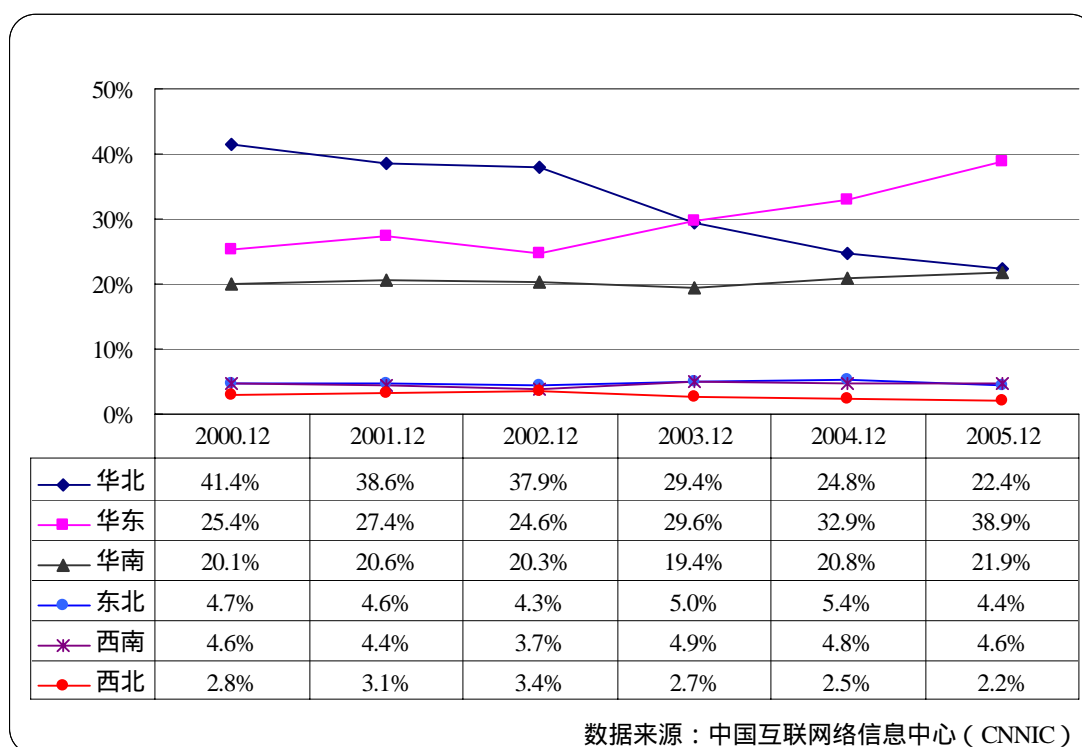


图5.11 CN下注册域名地域分布

#### 4. 网站数

截止到2005年12月31日，我国网站数为694,200个，一年增加25,300个，增长率为3.8%（如图5.12所示）。



从网站的域名类别分布来看，COM.CN、NET.CN下的网站数出现减少的情况，分别从上年同期调查的476,682、79,725个减少到本次调查的435,173、73,644个；其余的网站数都出现不同程度的增长，其中AC.CN下的网站数为416个，一年增加51个，增长率为14.0%；GOV.CN下的网站数为11,995个，一年增加1,735个，增长率为16.9%；ORG.CN下的网站数是24,394个，一年增加2,190个，增长率为9.9%；行政区域名下的网站数4,786个，一年增加1,908个，增长率为66.3%；同CN下注册的二级域名数获得较快增长一致，.CN下的网站数为143,792个，一年增加67,006个，增长率为87.3%（如图5.12所示）。

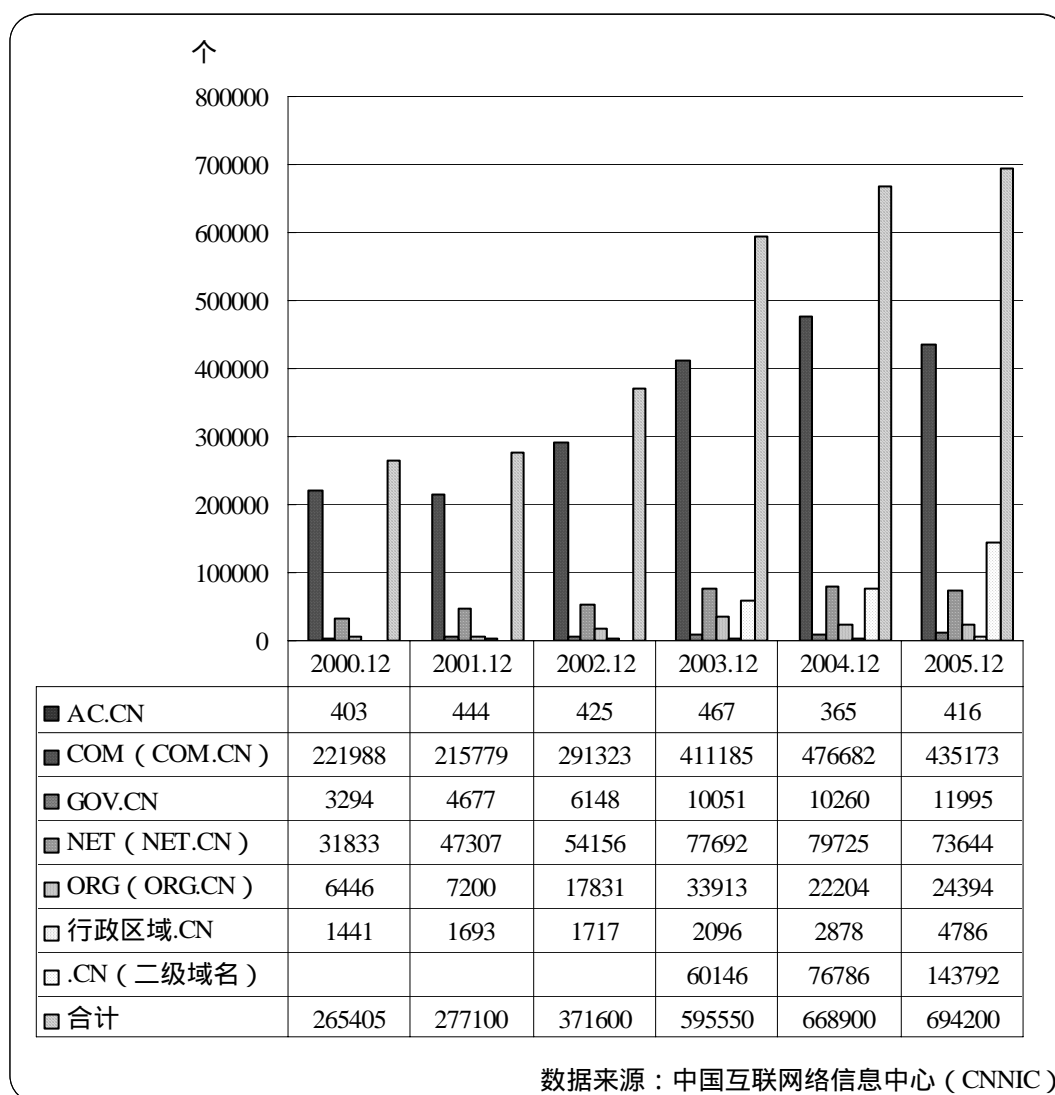


图5.12 历次调查网站数

从网站数的地域分布可以看出，同历次调查网站数的地域分布一致，华北、华东、华南的网站数比例占85.5%，仍占据主要地位；东北、西南、西北网站数所占的比例同以往调查结果相比没有太大变化，为11.9%（如图5.13所示）。同CN下注册域名的地域分布情况一致，这也说明我国地区之间的互联网发展水平存在差距。

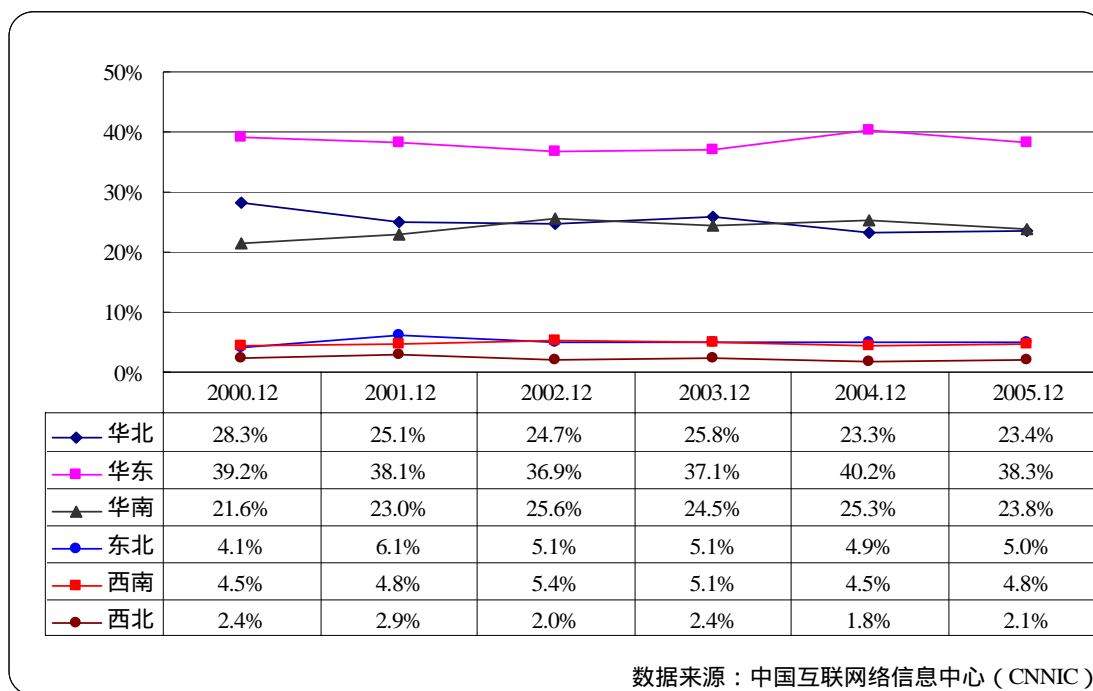


图5.13 历次调查网站数地域分布

### 5. 网络国际出口带宽数

截止到2005年12月31日，我国国际出口带宽的总容量为136,106M，与一年前的调查结果相比增加了61,677M，增长率为82.9%（如图5.14所示）。可见，我国国际出口带宽增长非常迅速。

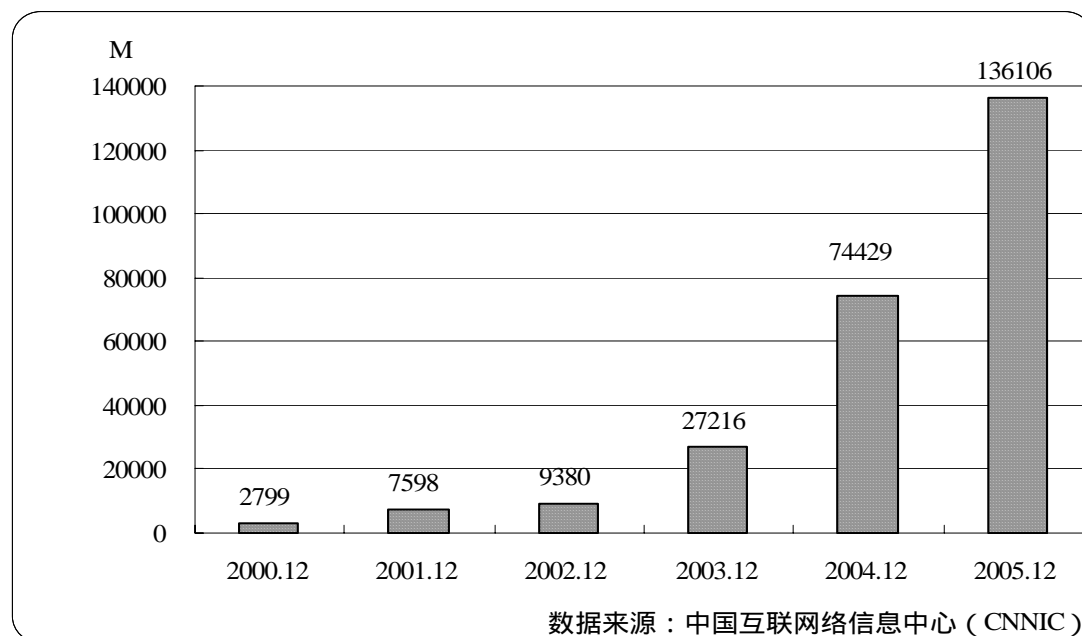


图5.14 历次调查我国国际出口带宽

### 6. IPv4地址数

IPv4地址是与域名、网站紧密相关的互联网地址资源。截止到2005年12月31日，中国大

陆IPv4地址数已达74,391,296个，折合4A+111B+31C，在全球有限的IPv4地址数量中，中国IP地址拥有量仅次于美国和日本，位居世界第三。与一年前的调查相比增加14,445,568个，增长率为24.1%（如图5.15所示）。中国的IP地址资源近几年增长较快，在数量上达到了一定的规模。IPv4地址近几年的快速增长，反映出在我国的ISP已经对APNIC及中国互联网络信息中心（CNNIC）的IP地址分配政策和IP地址申请步骤较为熟悉，这与中国互联网络信息中心IP地址分配联盟对我国多个ISP的积极指导以及各ISP的积极配合是密不可分的。

本次报告第一次公布IPv4地址在我国各地区的分布状况（如图5.16所示），同时也是全国第一次公布。广东、北京、江苏、浙江、上海、山东等省市IPv4地址拥有量居全国前6位，其地址之和接近全国的一半，达到48.7%。由此可见，与我国域名、网站、网民的分布状况类似，我国IPv4地址的地域分布也同样存在不均衡现象。此次公布的IPv4地址分地区统计从一个侧面更加深入的反映出了各地区网络基础设施的发展情况，经济发达地区的互联网基础设施建设水平要比经济欠发达地区高出很多。改变地区互联网发展不均衡的现象，需要加大对经济欠发达地区的互联网基础设施建设的投入。同时，欠发达地区对于IP地址分配政策和申请流程的不熟悉，也是造成IP地址资源分布不均衡的重要原因之一。

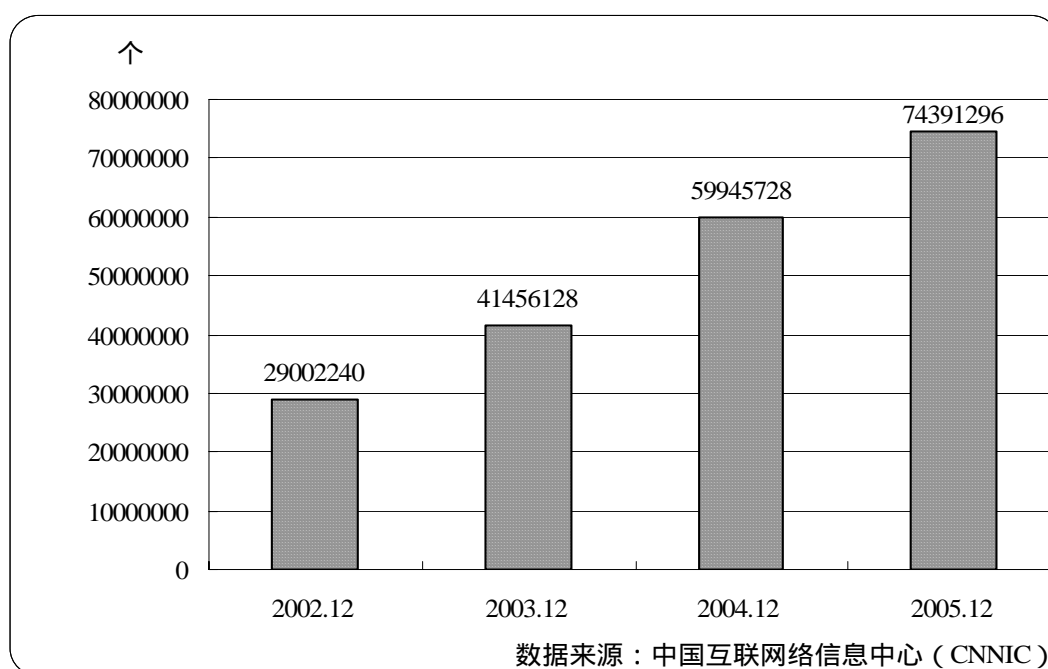


图5.15 历次调查我国IPv4地址数

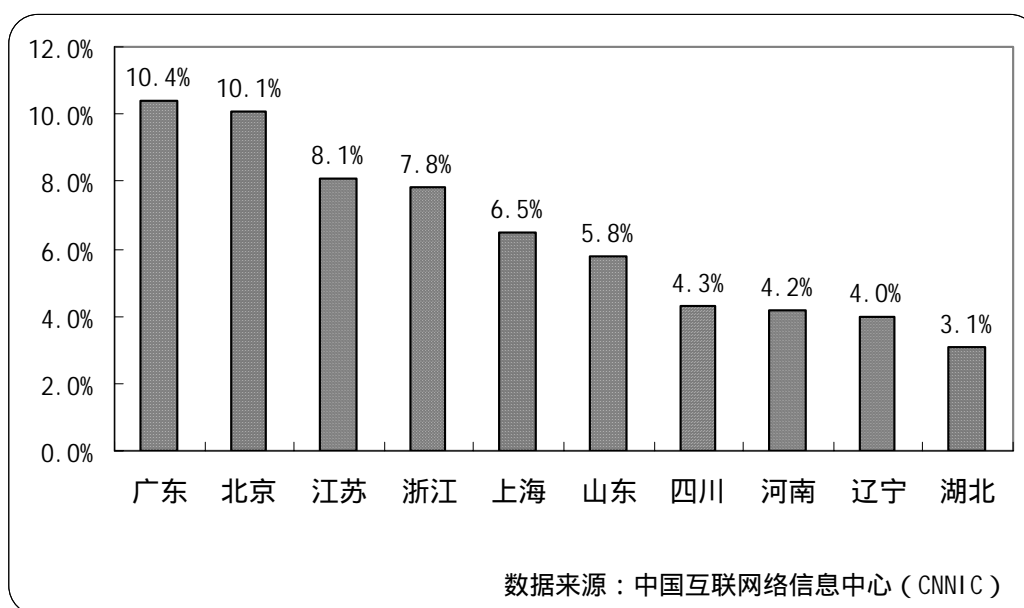


图 5.16 我国 IPv4 地址的地域分布情况（前 10 名）

综上所述，通过分析历次调查结果可以看出，从1997年10月第一次调查到现在，我国互联网络在上网计算机数、网民人数、域名数、网站数、网络国际出口带宽、IP地址数等方面皆有不同程度的变化，基本上呈现出增长态势。但是网民数和上网计算机数的增长率与上年同期相比都有所下降；域名数、网站数、网络国际出口带宽等方面快速增长；IP地址数也在数量上达到了一定的规模。但从地域分布上看，地区之间仍存在一定的差距。所有这一切表明，我国的互联网络继续处于发展态势之中，但其中也存在一些不完全合理和不尽人意的地方，相信随着政府和社会各界的推动，各项基础设施的不断完善，网络应用服务的不断多样化和实用化，中国的互联网络必将得到更快、更合理地发展。

## 二、网民特征结构

从上年的 9400 万网民到现在的 11100 万网民，网民数量持续增长。随着互联网在我国的发展和普及，网民的特征结构也发生了相应的变化。深入分析、了解网民的特征结构，探求其变化趋势和规律，可以较好的把握住“谁在使用互联网”这一问题，从而更深入的理解互联网在我国的发展状况。

### 1. 网民性别

本次调查结果显示，男性网民占 58.7%，女性网民占 41.3%（如图 5.17 所示）。男性依然占据网民主体。

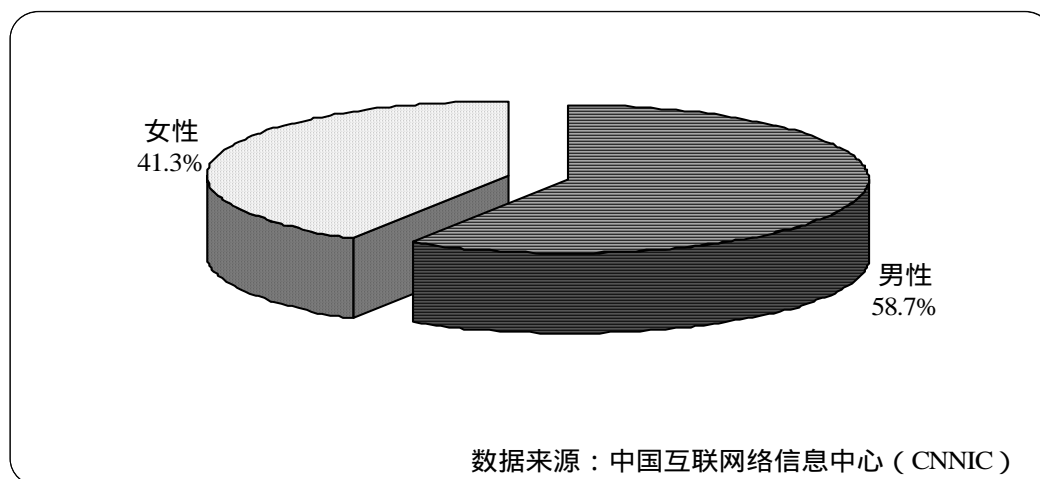


图 5.17 网民性别

与上年同期相比，男女网民所占比例略有变化。男性网民占全体网民的比例从 60.6% 下降为 58.7%；女性网民所占的比例上升为 41.3%（如图 5.18 所示）。截止到 2005 年 12 月 31 日，我国男性网民 6516 万人，比上年同期增加了 820 万人，增长率为 14.4%；女性网民 4584 万人，比上年同期增加 880 万人，增长率为 23.8%（如图 5.19 所示）。在这一年女性网民的增长速度明显高于男性网民。从普及率的角度来看，男性网民占我国男性总人口的 9.7%，女性网民占女性总人口的 7.3%。我国互联网在男性中的普及程度仍然要高于女性。这与世界上很多发达国家互联网普及率女性滞后于男性的趋势一致，如美国和韩国就是呈现这样的趋势。但中国无论是男性网民普及率还是女性网民普及率，均明显落后于发达国家。

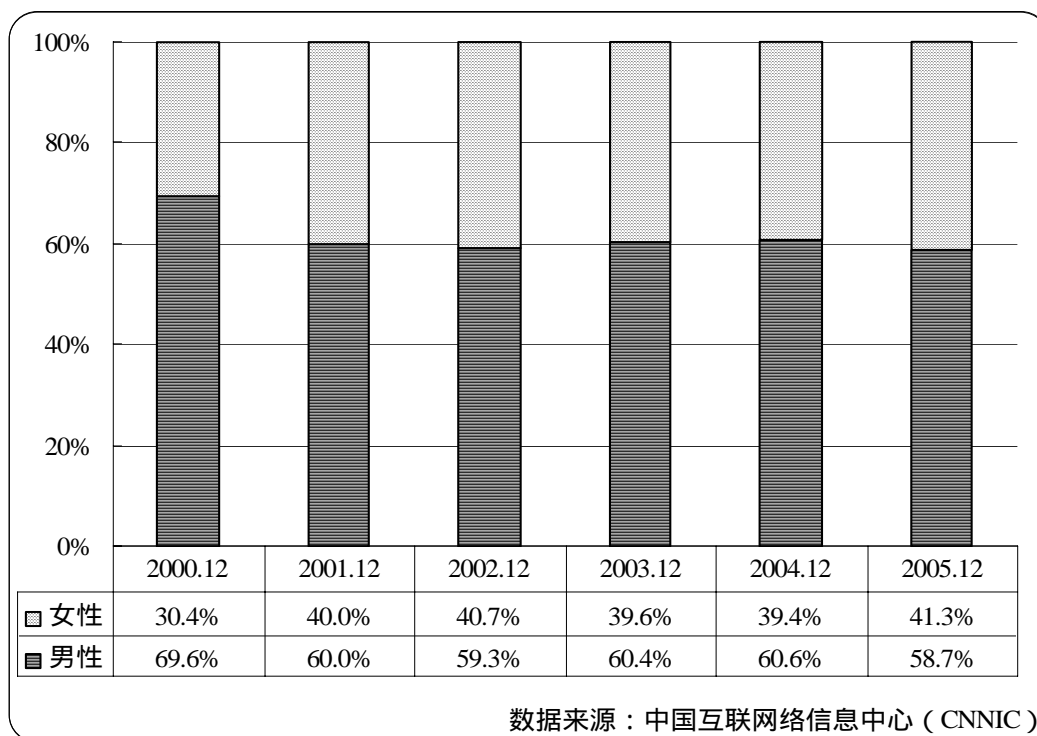


图 5.18 历次调查网民性别分布

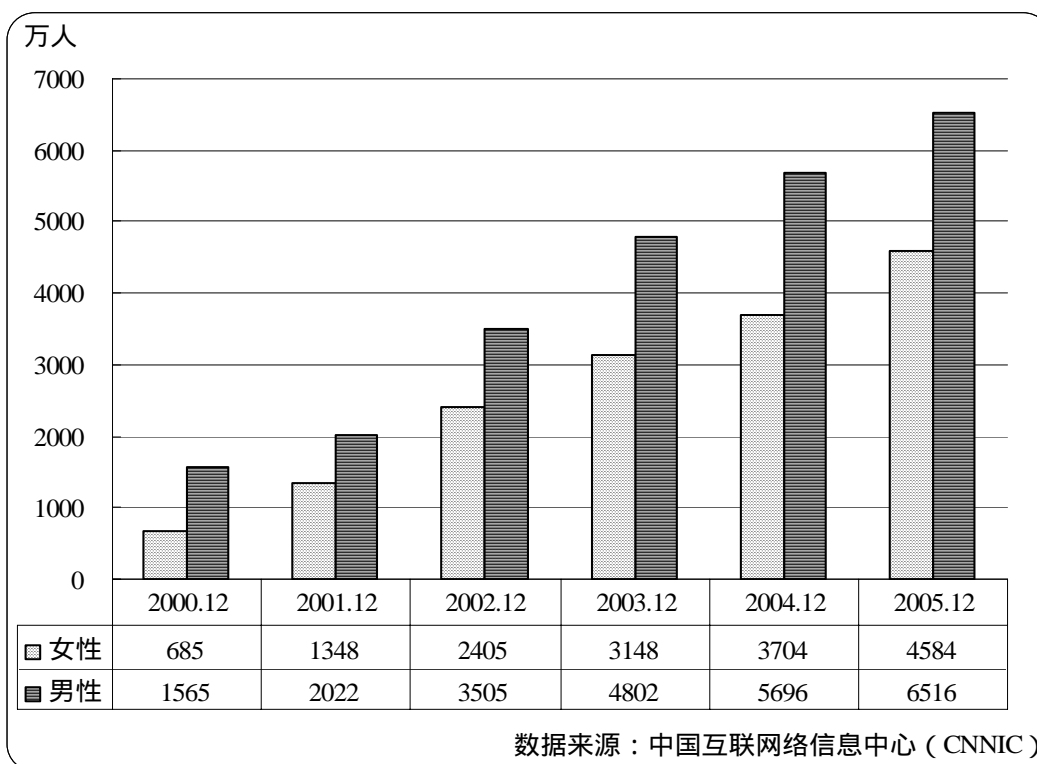


图 5.19 历次调查不同性别网民的数量

## 2. 网民婚姻状况

本次调查结果显示，未婚网民占 57.9%，已婚网民占 42.1%（如图 5.20 所示）。未婚者在目前仍然是我国网民的主体。这与我国人口分布中已婚人口占据主体的情况不太一致。

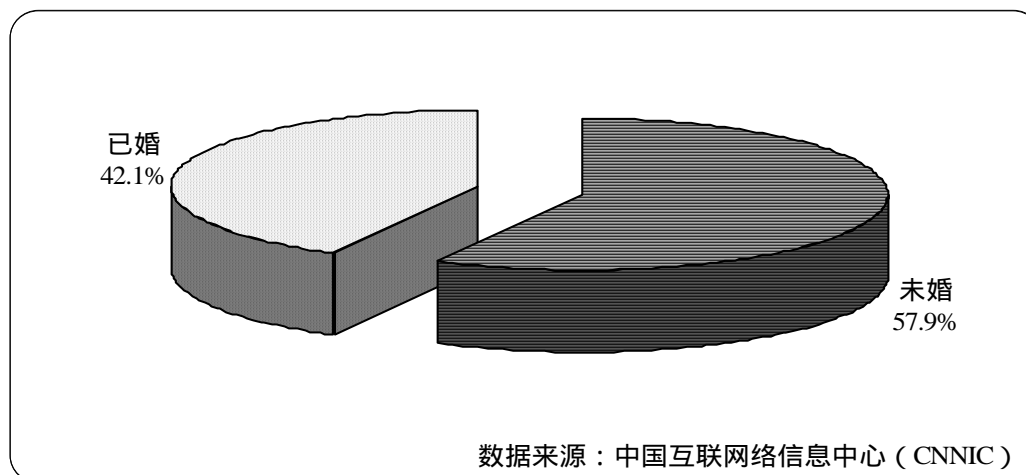


图 5.20 网民婚姻状况分布

与上年同期相比，已婚网民所占比例下降了 0.7%，未婚网民所占比例相应有所增长（如图 5.21 所示）。从绝对数看，已婚网民增加了 649 万人，达到 4673 万人，与上年同期相比增长率为 16.1%；未婚网民增加了 1051 万人，达到 6427 万人，与上年同期相比增长率为 19.5%（如图 5.22 所示）。在这一年未婚网民的增长速度要高于已婚网民。

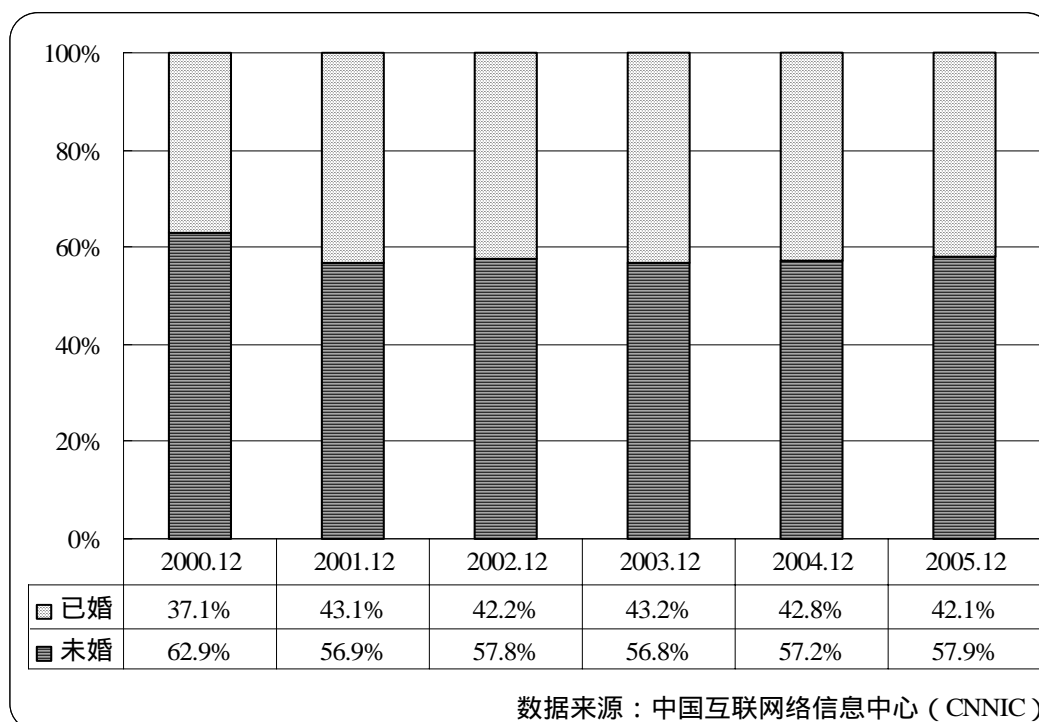


图 5.21 历次调查网民婚姻状况分布

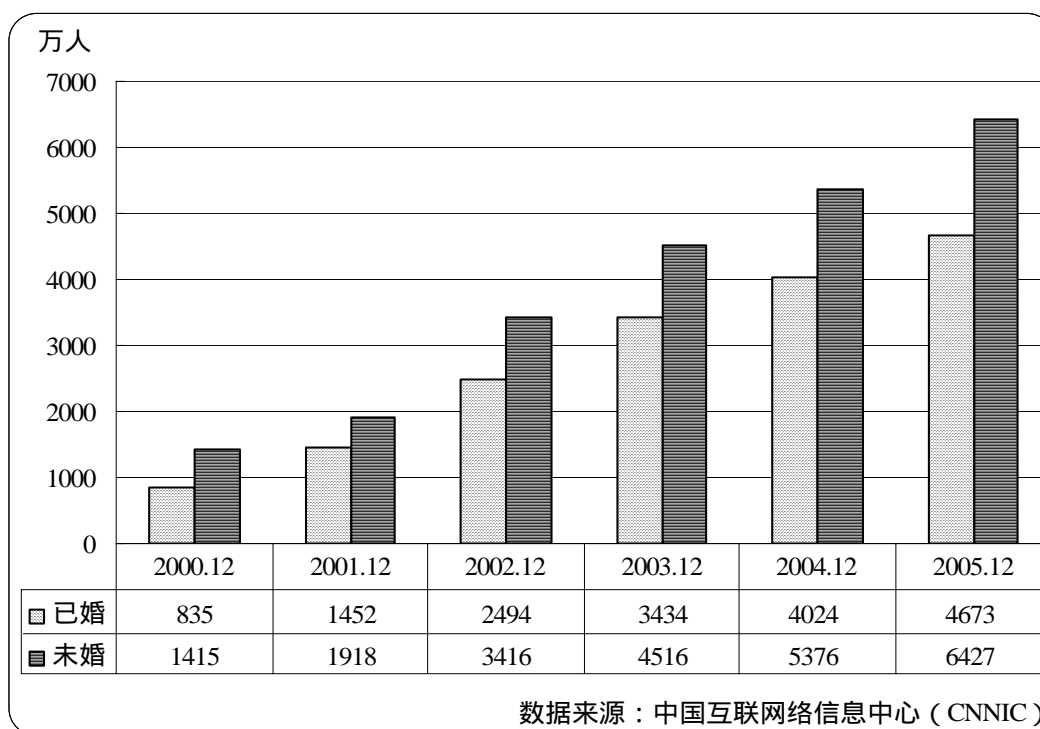


图 5.22 历次调查不同婚姻状况网民的数量

### 3. 网民年龄

本次调查结果显示，网民中 18~24 岁的年轻人所占比例最高，达到 35.1%，其次是 25~30 岁的网民（19.3%）和 18 岁以下的网民（16.6%），1，30 岁以上的网民所占比例都比较低，31~35 岁的占到 11.6%，36~40 岁的占到 7.1%，41~50 岁的为 6.8%，还有 3.5% 的网民在 50 岁以上（如图 5.23 所示）。30 岁及以下的网民占 71.0%，30 岁以上的网民占 29.0%，网民在结构上仍然呈现低龄化的态势。

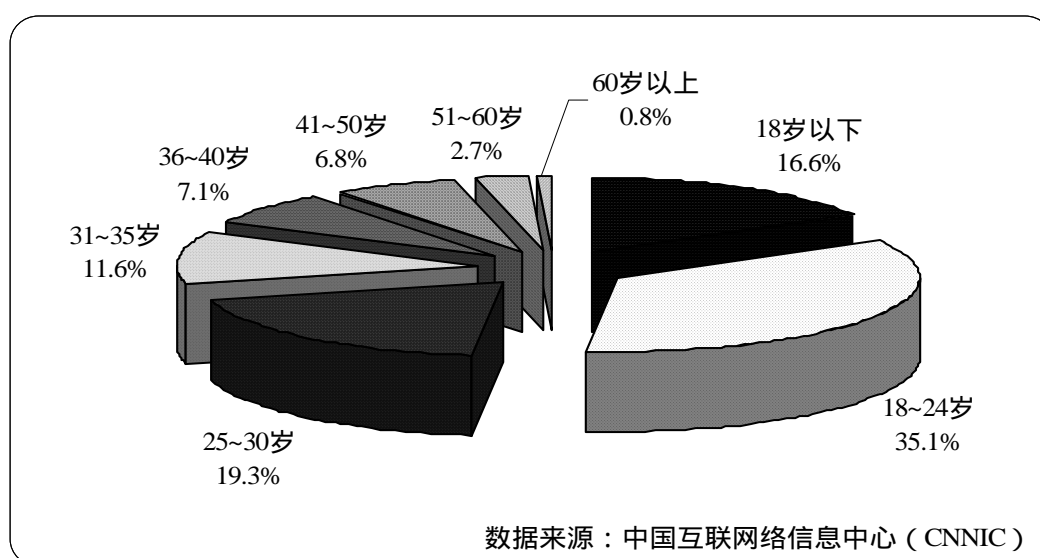


图 5.23 网民年龄分布



历次调查结果都显示，网民中 18~24 岁的年轻人最多，远远高于其他年龄段的网民而占据绝对优势，与上年同期相比，18~24 岁的网民所占比例下降 0.2 个百分点，25~30 岁的网民所占比例上升 1.6%，18 岁以下和 31~35 岁的网民所占比例均上升 0.2%，其他年龄段网民所占比例全部下降；从绝对数来看，18~24 岁的网民数量增长 578 万人，25~30 岁的网民数量增长 479 万人，18 岁以下的网民数量增长 301 万人，31~35 岁的网民数量增长 216 万人，36~40 岁的网民数量增长 74 万人，41~50 岁的网民数量增长 40 万人，51~60 岁的网民数量增长 27 万人，60 岁以上的网民数量下降 15 万人，属于正常的波动范围。30 岁及以下的网民达到了 7881 万人，比上年同期增加了 1357 万人，增长率为 20.8%；30 岁以上的网民达到 3219 万人，比上年同期增加了 343 万人，增长率为 11.9%（如图 5.24、5.25、5.26 所示）。年轻网民依然是中国网民的主力军。

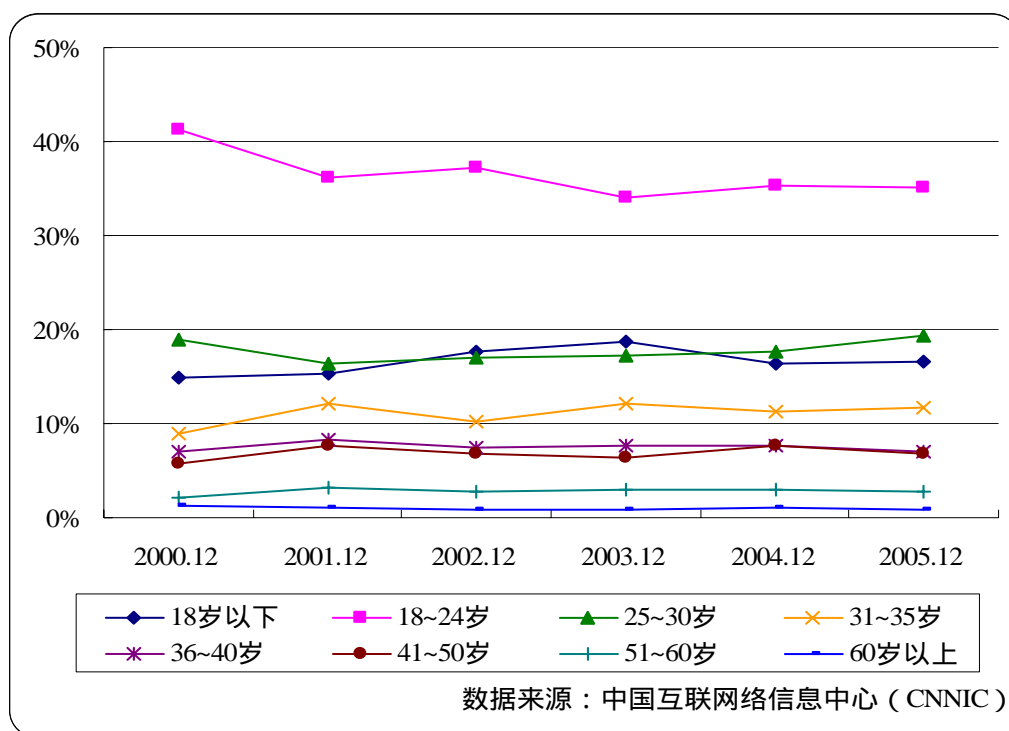


图 5.24 历次调查网民年龄分布

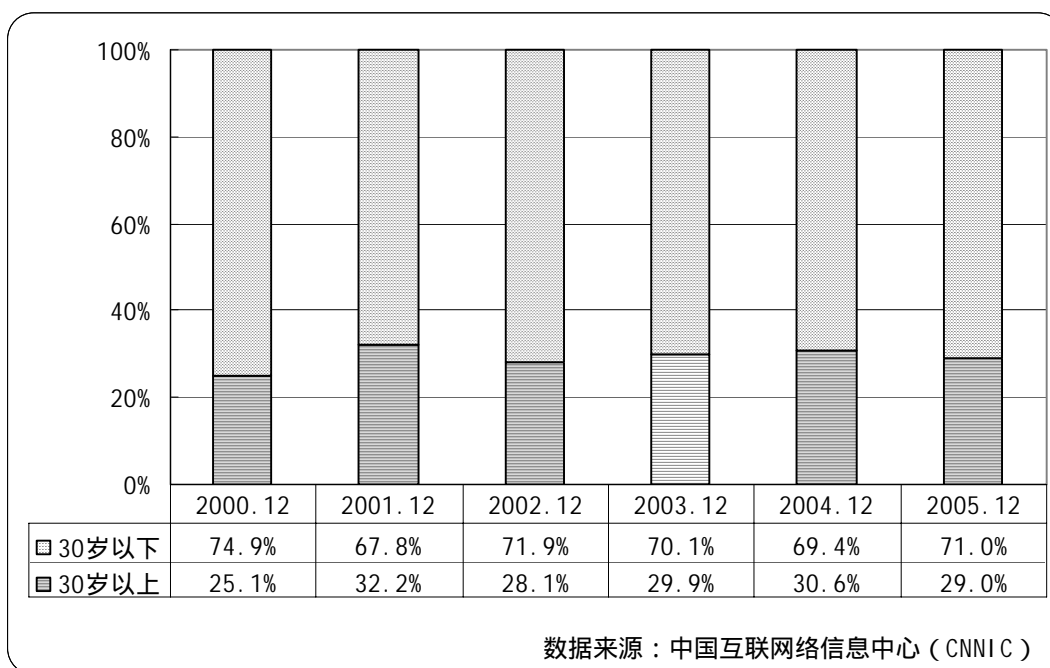


图 5.25 历次调查网民年龄比例分布

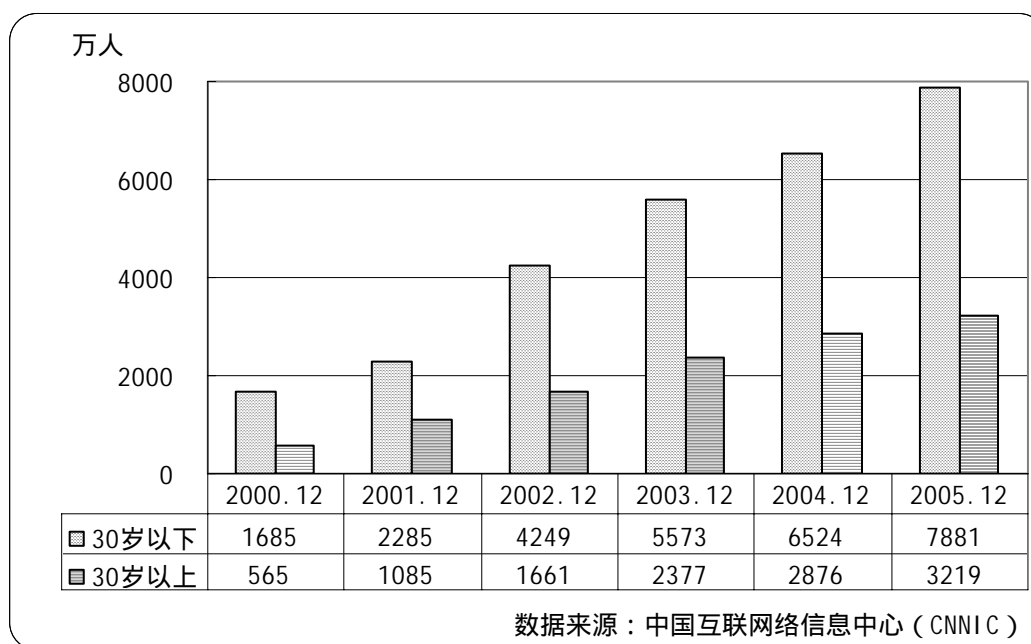


图 5.26 历次调查网民年龄数量分布

按年龄分的网民普及率如图 5.27。可以看出，网民普及率呈偏态分布，年轻人网民普及率偏高。尤其 18~24 岁年龄段的人，10.4% 的人口中的网民占了所有网民的 35.1%，使这个年龄段的网民普及率高达 28.6%。其次是 25~30 岁年龄段的人，上网比率为 17.1%。这两个年龄段居民也是社会上最活跃的人群。

但由于年龄和教育水平的限制，年龄太小的居民和年龄太大的居民网民普及率均不高。年龄段在 18 岁以下和 41~50 岁年龄段的居民占到了全国总人口的 40%，这部分人显著拉低

了我国的网民普及率水平。但随着占人口 1/4 强的 18 岁以下人群的渐渐长大，近几年我国的网民数还会逐步增长。

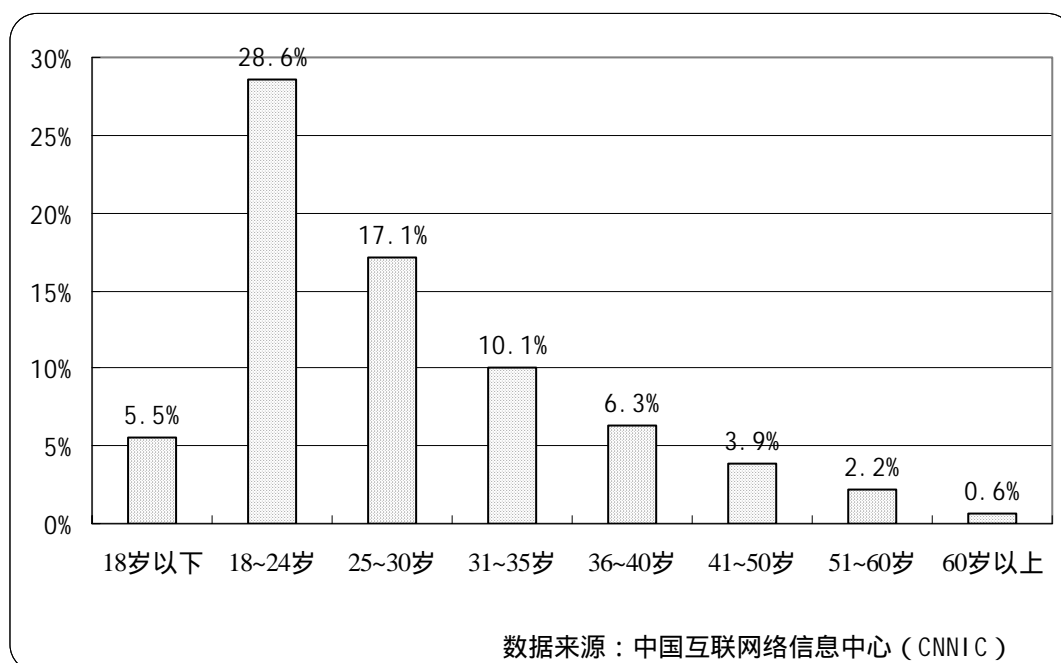


图 5.27 分年龄段网民普及率

#### 4. 网民文化程度

本次调查结果显示，网民中文化程度为高中（中专）的比例最高，占到 30.2%，其次是本科（26.3%）和大专（24.4%）。文化程度为本科及以上的网民比例为 29.2%，文化程度为本科以下的网民比例达到了 70.8%（如图 5.28 所示）。文化程度为本科以下的网民占据大多数。

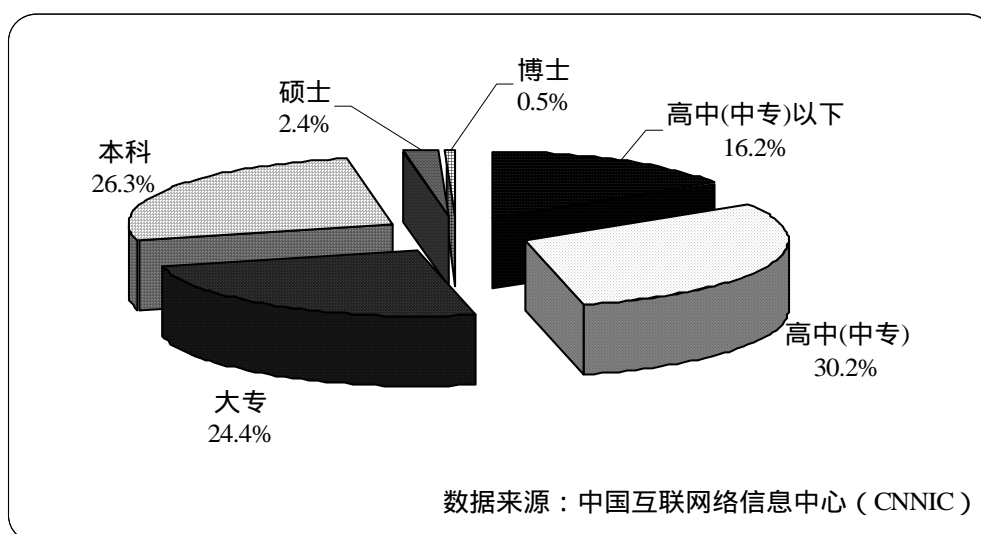


图 5.28 网民文化程度分布

与上年同期相比，文化程度为大学本科以下的网民所占比例略有增加，达到 70.8%。从绝对数上看，文化程度为大学本科以下的网民增加了 1345 万人，达到 7859 万人，增长率为 20.6%；文化程度为大学本科及以上的网民增加了 355 万人，达到 3241 万人，增长率为 12.3%（如图 5.29、5.30 所示）。文化程度为大学本科以下的网民在这半年内的增长速度要高于文化程度为大学本科及以上的网民。

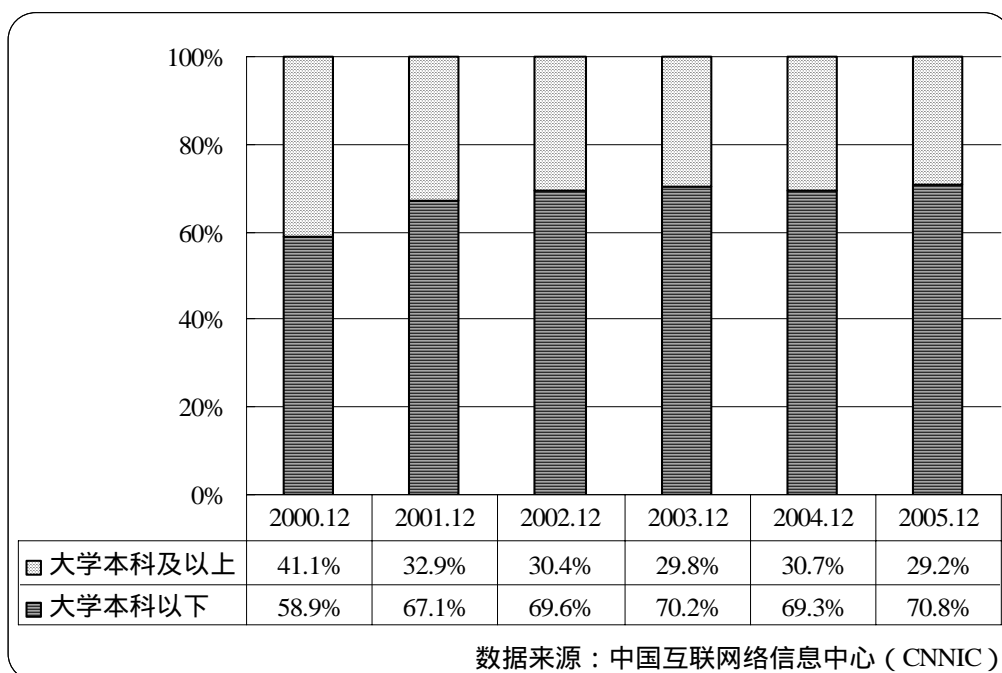


图 5.29 历次调查网民文化程度分布

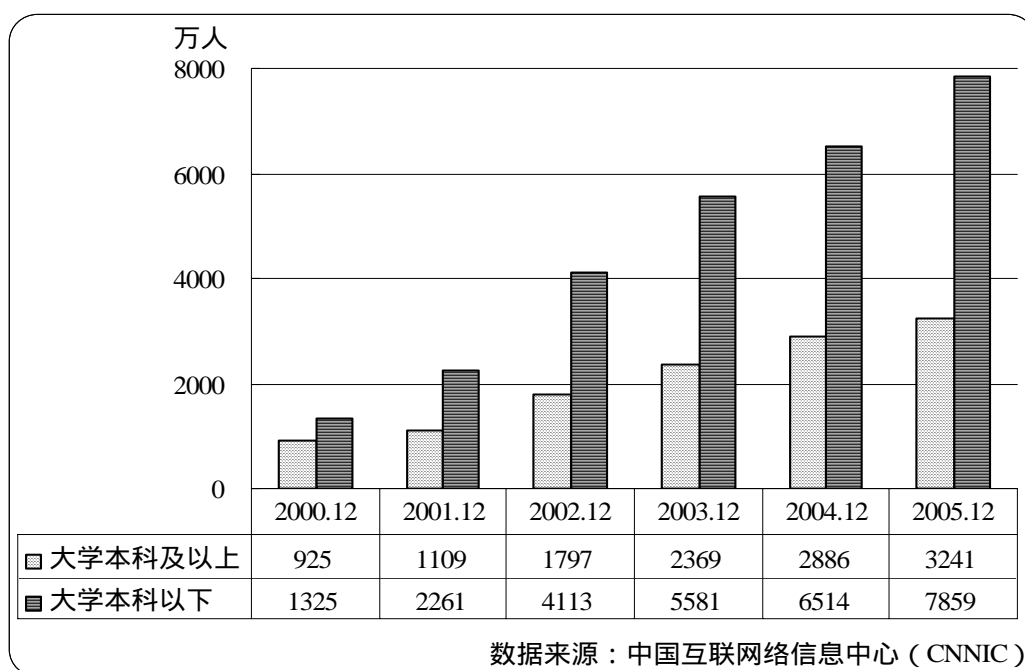


图 5.30 历次调查不同文化程度网民的数量

按学历分类的网民普及率如图 5.31 所示，学历越高，网民普及率越高。大专及以上学历网民普及率更是高达 84.8%。但是占总人口 3/4 的学历是高中以下的居民，其上网比重仅有 1.8%。这也充分说明了年龄和其受教育水平是影响人们是否上网的重要因素，正如调查结果，“不懂电脑/网络，不具备上网所需的技能”以 38.7% 的比例成为阻碍人们上网的第一因素。因此，要想提高我国互联网的普及和应用水平，必须注重我国教育水平的提高，这将是一项长期渐进、潜移默化的过程。

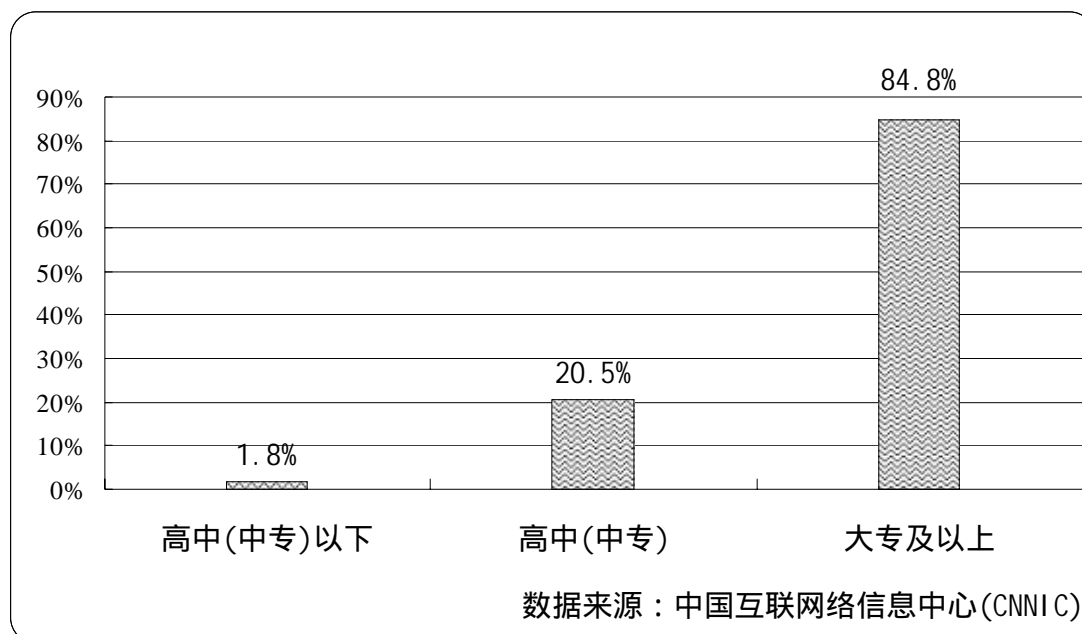


图 5.31 按学历分类的网民普及率

### 5. 网民个人月收入

本次调查结果显示，个人月收入在 500 元以下（包括无收入）的网民所占比例最高，达到 21.8%，其次是月收入为 501~1000 元和 1001~1500 元的网民（比例分别为 15.7%、13.4%），11.8% 的网民个人月收入在 1501~2000 元，个人月收入在 2000 元以上的网民为 29.1%（如图 5.32 所示）。低收入网民仍然占据主体。

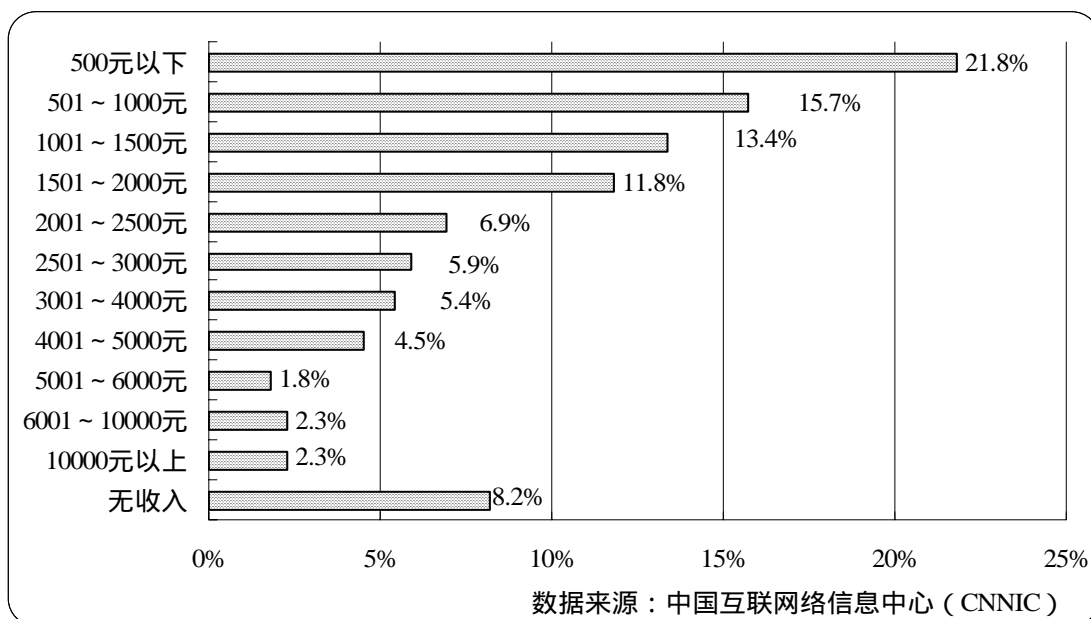


图 5.32 网民个人月收入分布

与上年同期相比，个人月收入 2000 元及以下的网民所占比例减少了 9.7%，为 70.9%。从绝对数量来看，个人月收入 2000 元及以下的网民从 7651 万人增加到 7870 万人，增长率为 2.9%；个人月收入 2000 元以上的网民从 1749 万人增加到 3230 万人，增长率为 84.7% (如图 5.33、5.34 所示)。

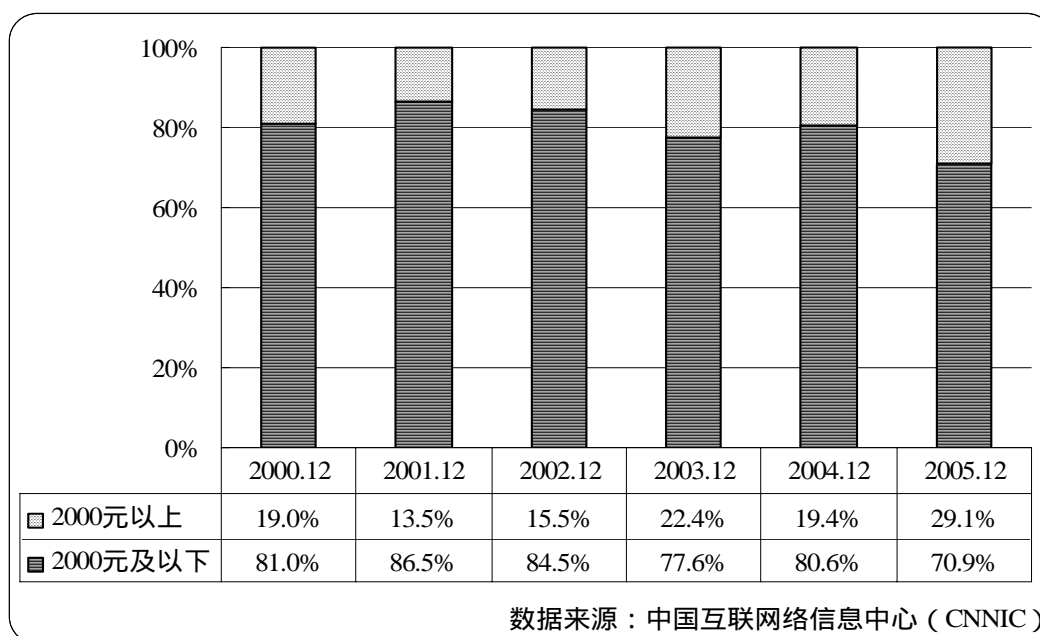


图 5.33 历次调查网民个人月收入分布

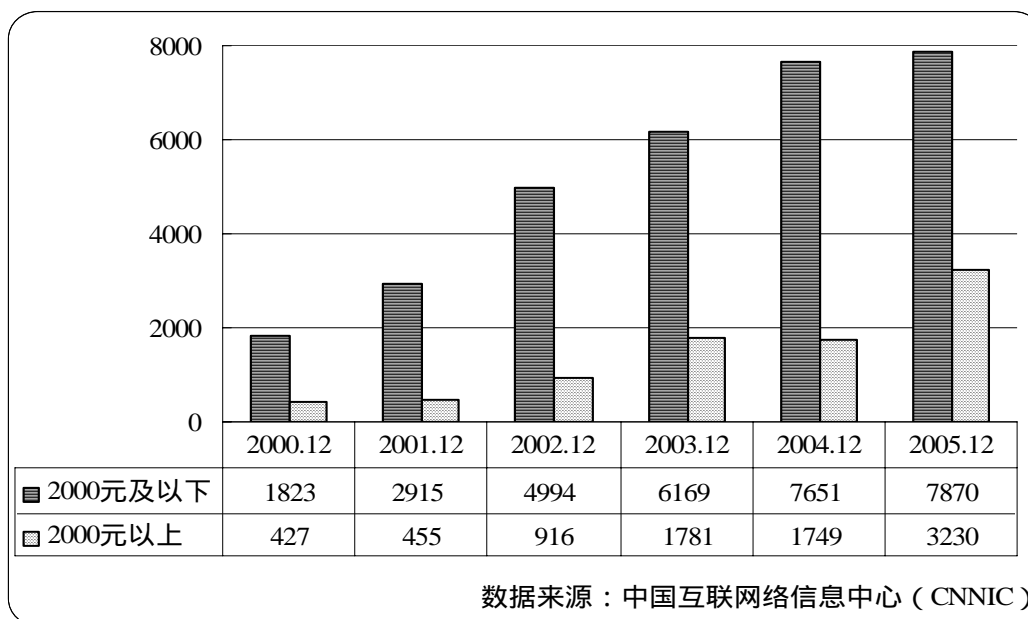


图 5.34 历次调查不同个人月收入网民的数量

## 6. 网民职业

本次调查结果显示，网民中学生所占比例最多，达到了 35.1%，其次是企业单位工作人员，占总数的 29.7%，排在其后的是学校教师及行政人员，所占比例为 7.3%，国家机关、党群组织工作人员所占比例为 6.6%，事业单位工作人员所占比例为 6.5%，自由职业者所占比例为 4.1%，其他职业的网民所占比例都比较小（如图 5.35 所示）。

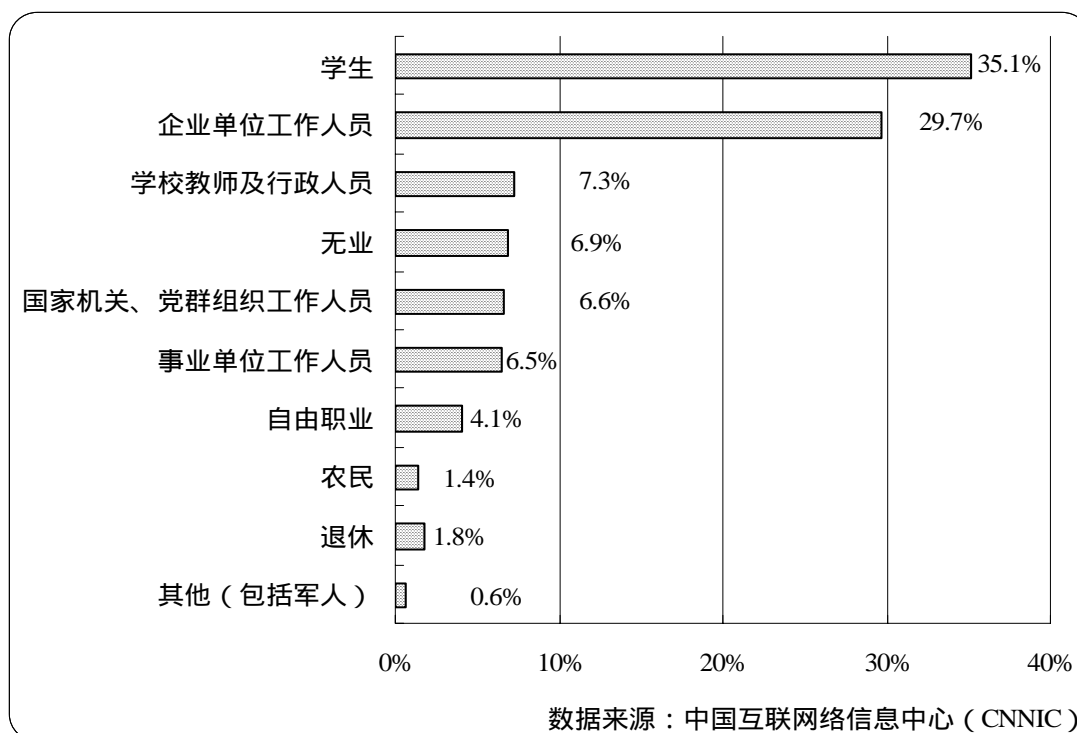


图 5.35 网民的职业分布

综上所述，目前我国的网民仍然以男性、未婚者、30岁及以下的年轻人为主体的，但与上年同期相比，女性网民增加1.9个百分点，已婚者网民的比例、网民中30岁以上所占比例都有所下降；文化程度为本科以下的仍然占据网民的大多数，并且与上年同期相比，这一比例略有上升；从网民个人月收入来看，个人月收入在2000元以上的网民所占比例较低。学生仍然比其他职业的人要多，并且在网民总体中所占比例在上升。



### 三、网民上网途径

随着网络技术的进步和互联网的发展，我国网民在网上地点、上网设备以及上网方式方面均有不同程度的扩展和变化。对中国互联网络信息中心（CNNIC）调查结果中这些数据的深入分析，有助于更加清楚地了解网民的上网途径，从而更全面地认识我国互联网的发展情况。

#### 1. 网民上网地点

本次调查结果显示，70.5%的网民在家里上网，37.6%的网民在工作场所上网；27.0%的网民在网吧、网络咖啡厅上网；还有19.0%的网民选择在学校上网；0.8%的网民在公共场所上网，0.1%的网民在其他地点上网（如图5.36所示）。可以看出，家里和工作场所仍然是网民上网的主要地点。

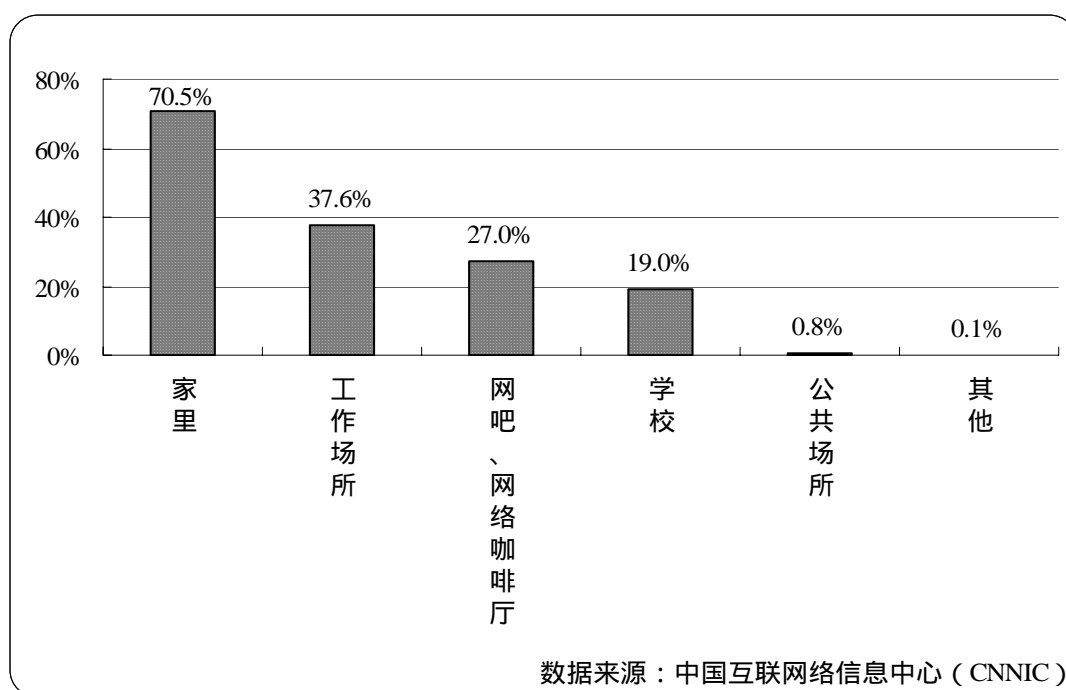


图5.36 网民上网地点分布

将中国互联网络信息中心最近几次的调查数据进行比较可以看出，在家里上网的网民比例同上次调查相比继续呈稳步增长趋势，从67.9%、68.5%增长到70.5%；在工作场所上网的网民比例同上次调查相比有所减少，从41.1%、38.0%减少到37.6%（如图5.37所示）；在学校上网的网民比例从2004年12月调查的18.2%增长到2005年6月的19.0%，本次调查没有发生变化依然为19.0%；在网吧上网的网民比例同前两次调查结果相比有所增长，从24.5%、25.3%增长到27.0%；在公共场所上网的网民比例从2004年12月的0.4%增长到2005年6月的

0.9%，本次调查略有下降，为0.8%；在其他地点上网的网民比例从2004年12月的0.5%减少到2005年6月的0.1%，本次调查没有发生变化仍为0.1%（如图5.38所示）。这一方面说明随着家庭电脑的普及、小区宽带的铺设以及互联网使用成本的降低，越来越多的家庭接入了网络，相应地家里成为网民上网最主要的地点；另一方面也在一定程度上说明，随着我国信息化建设的不断深入，上网场所在不断扩展，上网条件在不断改善，上网变得更为便捷。

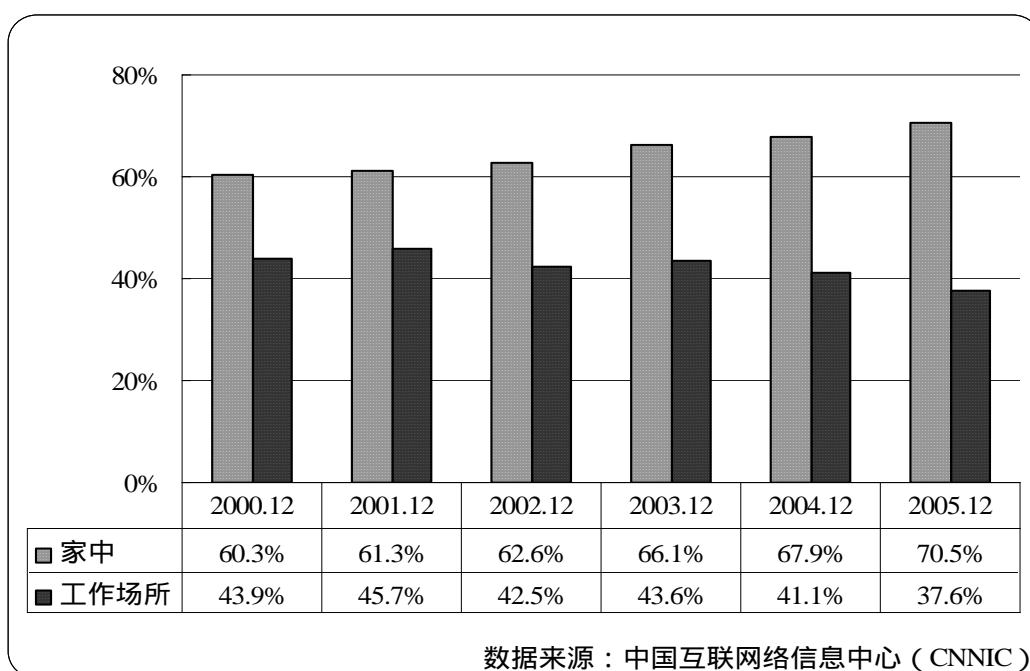


图5.37 历次调查网民在家中/工作场所上网的比例

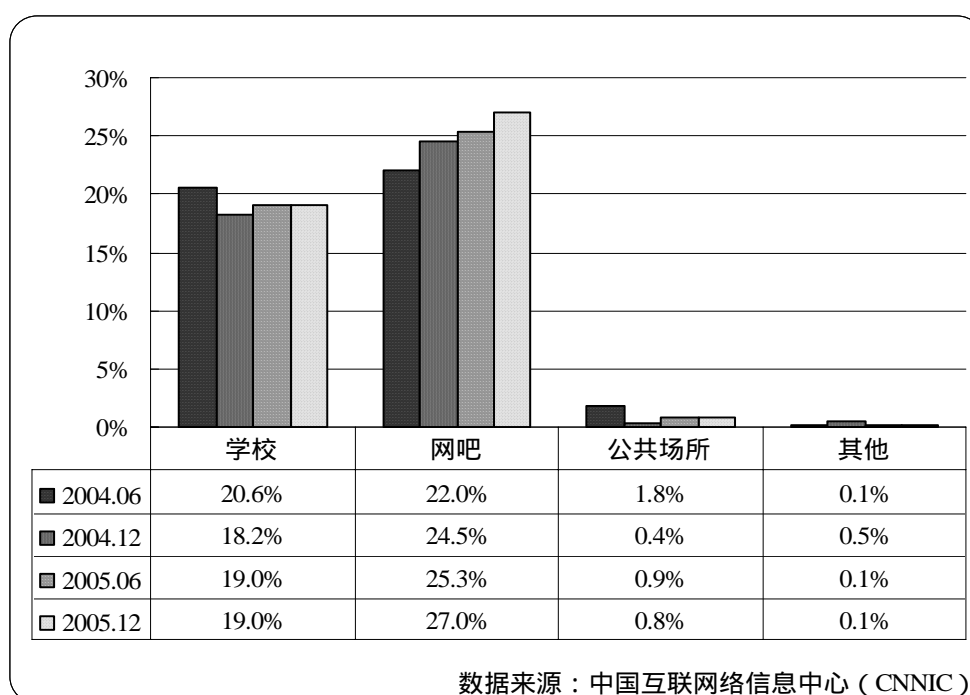


图5.38 最近四次调查网民在学校、网吧等地上网的比例

## 2. 网民上网设备

本次调查结果显示，使用台式计算机上网的网民比例为97.2%，使用笔记本电脑上网的网民比例为18.2%。可以看出，网民上网的主要设备是台式计算机，也有部分网民在使用计算机上网的同时使用移动终端、信息家电等设备上网。

从中国互联网络信息中心（CNNIC）近10次的调查数据来看，在使用计算机上网的同时，使用移动终端、信息家电等设备上网的网民人数在逐渐增多，从1999年12月调查的20万人增长到现在的610万人，6年的时间内增长了590万人；与上年同期的调查相比增长了260万人，增长率为74.3%（如图5.39所示）。可以看出，尽管使用计算机上网的网民占绝大多数，但使用移动终端、信息家电等新上网设备的网民正在逐渐增多，说明网民的上网设备日趋多样化。

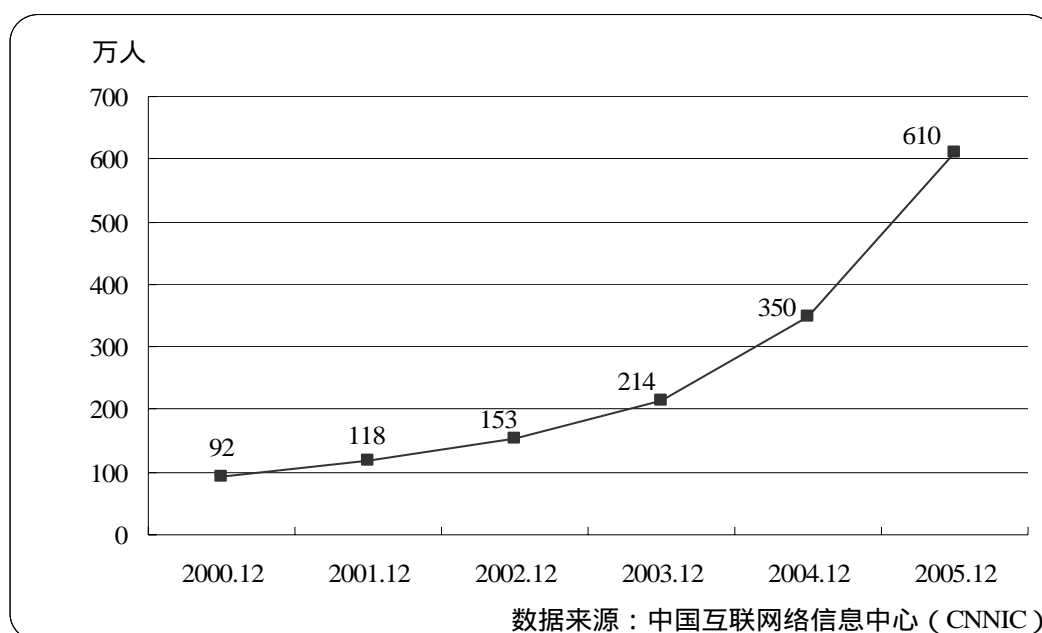


图5.39 历次调查使用其他设备网民人数

## 3. 网民上网方式

网民的上网方式可以通过不同方式上网的网民数和不同接入方式的上网计算机数来反映。

本次调查结果显示，在我国11100万网民中，使用专线上网的网民人数为2910万人，使用拨号上网的网民人数为5100万人，使用宽带上网的网民数为6430万人（如图5.40所示）。而在我国4950万台上网计算机中，通过专线接入互联网的计算机为650万台，通过拨号方式接入互联网的计算机为2060万台，宽带上网的计算机数为2240万台（如图5.41所示）。从网民人数的情况来看，通过宽带上网的网民人数已经远远超过了通过其他方式上网的网民人数，而上网计算机的情况中，宽带上网计算机数首次超过了拨号上网计算机数。

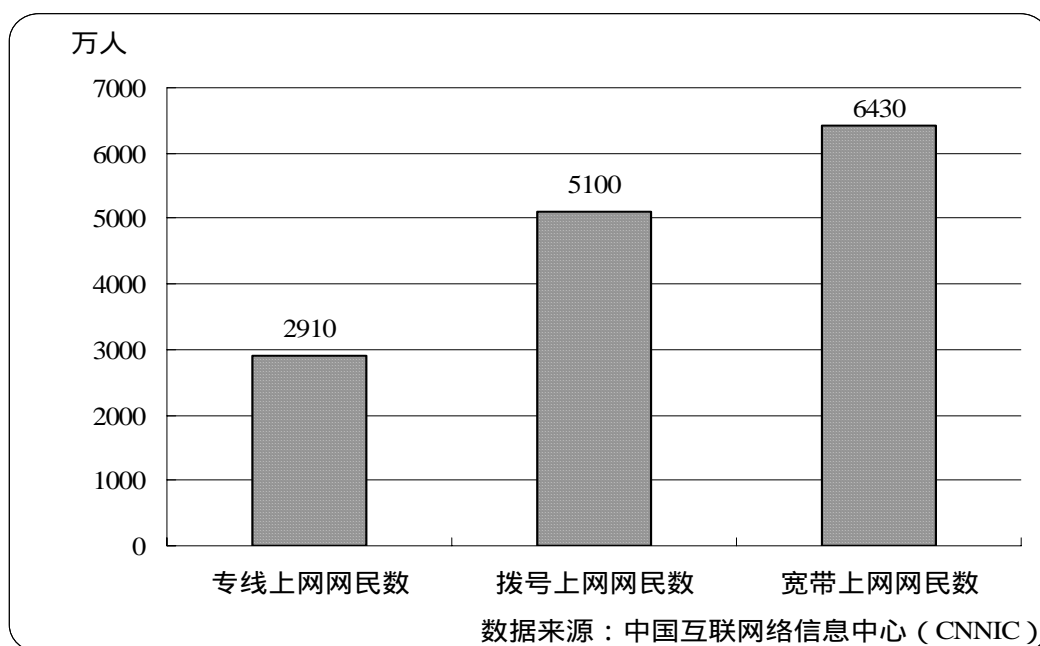


图5.40 不同上网方式网民数

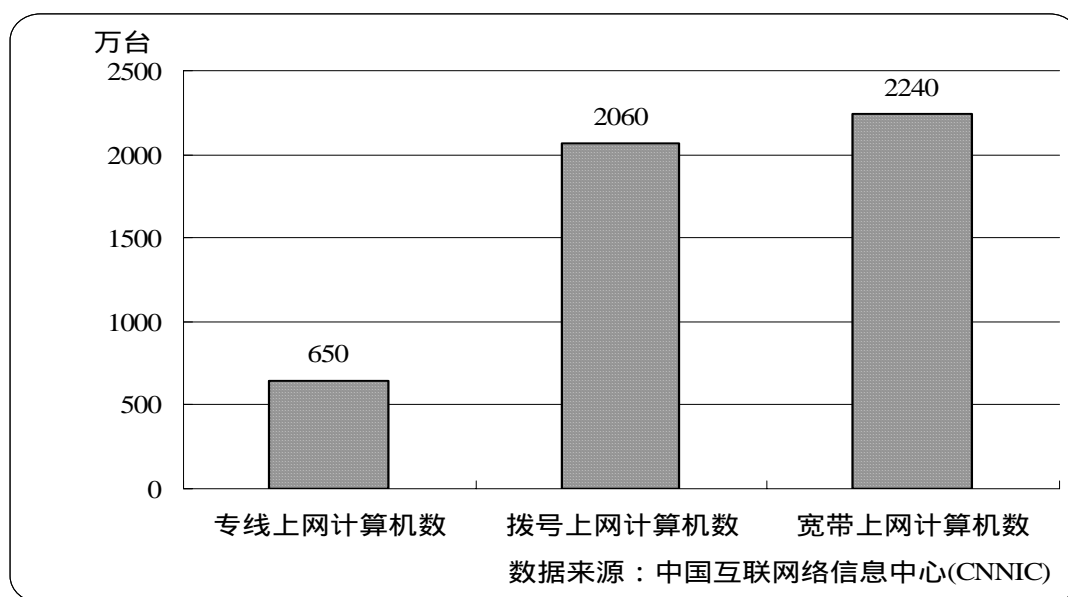


图5.41 不同上网方式上网计算机数

通过对中国互联网络信息中心（CNNIC）最新统计数据的计算，可以看出，在上网计算机数中，拨号上网计算机数所占比例为41.6%，与上年同期调查的51.4%相比，同比下降9.8%；专线上网计算机数所占比例为13.1%，与上年同期调查的16.8%相比，同比下降3.7%；宽带上网计算机数所占比例为45.3%（如图5.42所示）。可以看出，宽带上网计算机数所占比例已经超过拨号上网计算机数所占比例，更远远超过专线上网计算机数所占比例。

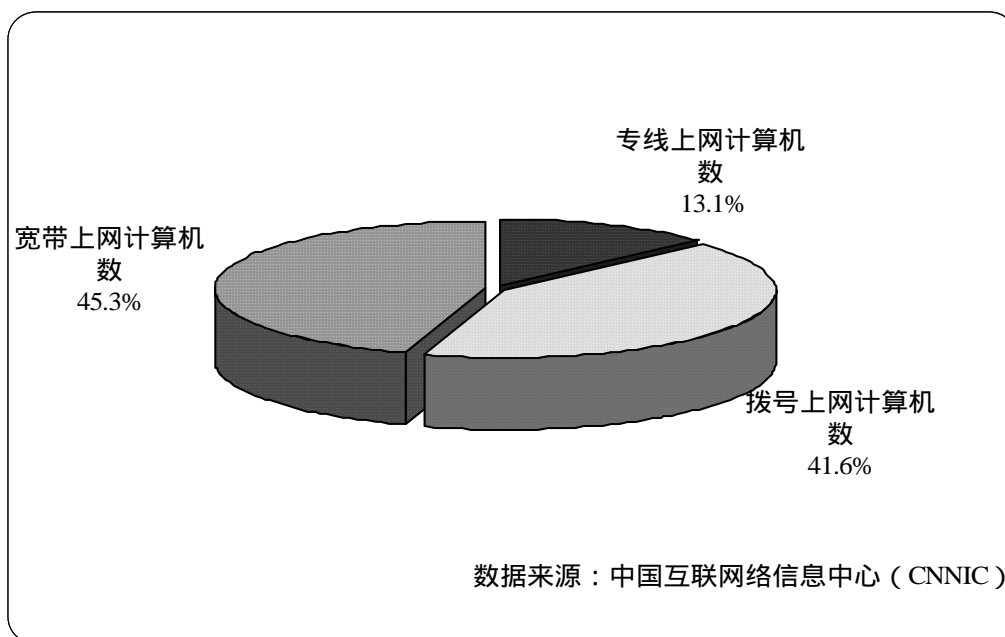


图5.42 不同方式上网计算机数所占比例

通过对网民数和上网计算机数的绝对数量、相对数量、增长率以及不同方式上网计算机数所占比例等数据的分析可以发现：在网民的上网方式中，宽带上网方式正逐渐被越来越多的网民接受和使用，并渐渐成为网民上网的主要方式。

综上所述，网民上网的主要地点是家中，上网的首选设备是台式计算机，上网的主流方式已经由拨号上网过渡到宽带上网。但是网民上网的场所正不断扩展，新的上网设备和上网方式正在逐渐被网民所接受和使用。可以预计，随着网络技术的不断发展、互联网的进一步发展普及，网民的上网途径将不断扩展，人们将在多种场所、利用多种设备、通过多种方式，更方便地使用互联网。

## 四、网民上网行为

随着我国互联网的发展，越来越多的人开始接触互联网，网民的队伍日益壮大，同时，经济条件逐步提高，互联网基础设施日趋完善以及工作、学习节奏不断加快，人们对互联网的使用也越来越频繁。通过分析网民使用互联网的行为习惯，可以较好的了解网民上网的一些基本特征以及互联网与人们日常学习、工作、生活的结合程度，从而更准确的把握互联网在我国的发展和普及现状。

### 1. 网民使用互联网的时间段

本次调查结果显示，网民一天中使用互联网时间的差异较大：凌晨 1 点至早上 7 点是网民最少上网的时间，从早上 8 点起上网的比例急剧攀升，到上午 10 点达到一天当中的第一个高峰，有 31.2% 的网民在这一时间上网，11 点略有回落；从 12 点开始回升，回升态势一直持续到 15 点，并达到一天当中的第二个高峰，此时上网的网民比例为 38.9%；此后网民比例再次回落；19 点后上网人数开始激增，20 点达到一天中的第三个高峰，也是当日巅峰，61.1% 的网民在这一时间上网，21 点以后上网人数急剧减少（如图 5.43 所示）。可以看出，人们使用互联网的时间受日常生活作息时间的影 响，上网已经成为人们日常生活的一部分。

本次调查结果与上年同期相比，各个时间段上网的网民比例有不同程度的增加，增幅最大的时间段是 18~22 点，均增加 8 个百分点以上；相比而言，4~7 点上网的网民比例增幅最小，同比只有 0.5 个百分点以内的增加。由此反映出网民在正常的生活时间段内（7~22 点）上网的时间段日趋集中，上网高峰日趋凸显（如图 5.43 所示）。

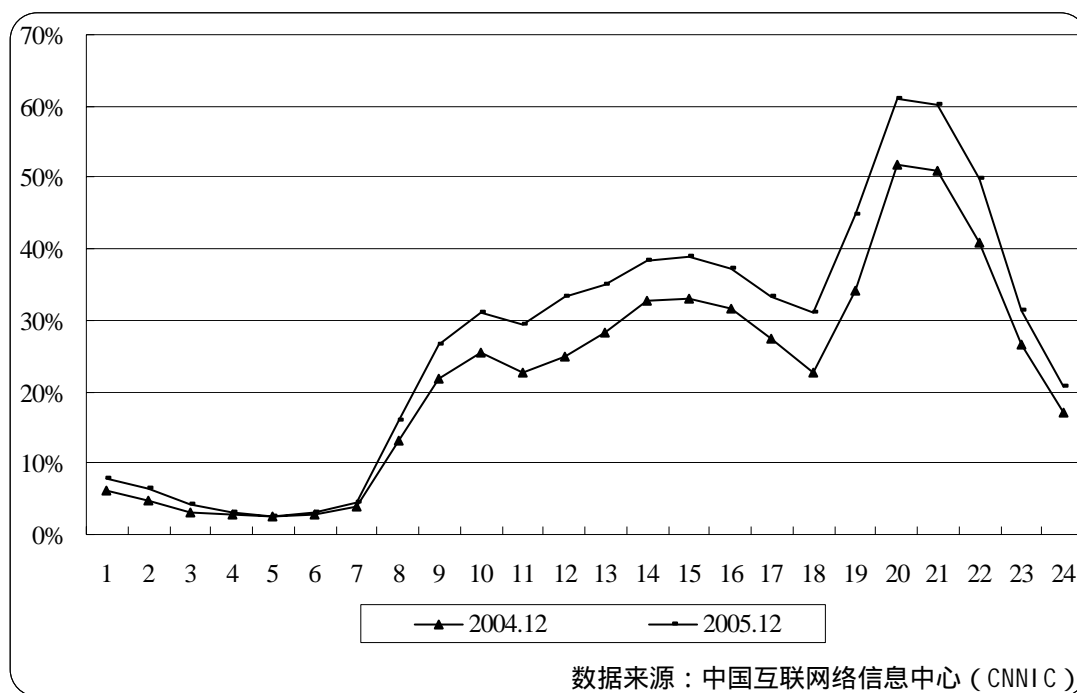


图 5.43 近两次调查网民通常使用互联网的时间

## 2. 网民上网时间

本次调查结果显示，网民平均每周上网 15.9 个小时。与上年同期相比，网民每周上网小时数增加 2.7 小时，增幅为 20.5%。

与历史同期相对比，网民每周上网时间的起伏较大。2000 年 12 月的调查结果显示，当时网民平均每周上网 13.7 个小时，2001 年互联网产业开始遭受网络经济泡沫的阴影，当年网民平均每周上网 8.5 个小时；为有统计资料以来的最低点，此后随着互联网产业的复苏，网民的上网时间开始显著回升；2002 年较 2001 年同期同比增加 1.3 小时，2003 年较 2002 年同期同比增加 3.6 小时，2004 年与 2003 年基本持平，而 2005 年 12 月的调查结果显示网民平均每周上网 15.9 小时，较 2005 年同期增加 2.7 小时，达到了新的历史高度（如图 5.44 所示）。由此可见，近年来网民上网的时间保持递增趋势，反映出人们对互联网的使用越来越频繁，而互联网也逐渐渗透到人们日常生活的各个角落，互联网对人们生活的影响也逐步显现。

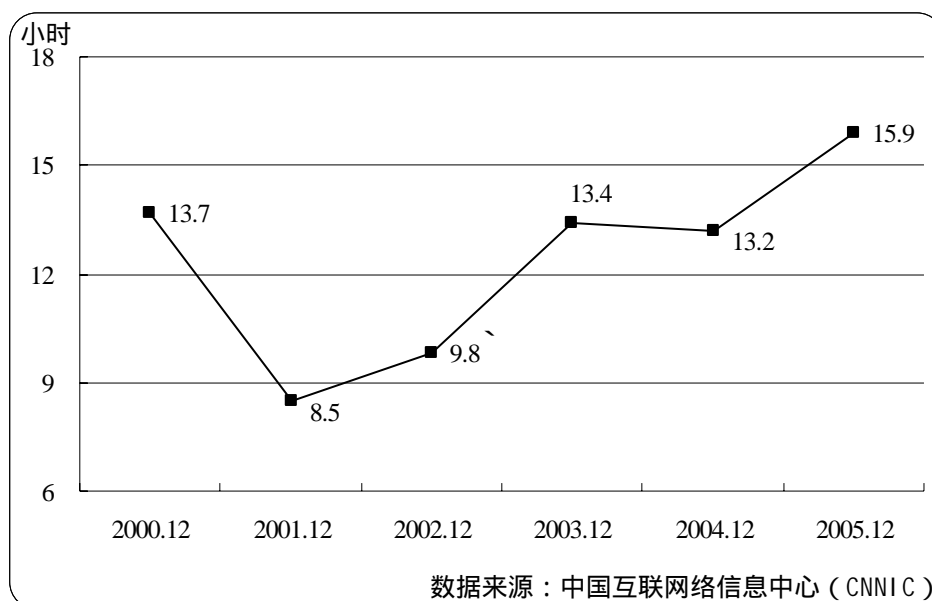


图 5.44 历次调查网民每周上网小时数

### 3. 网民每月实际花费的上网费用

本次调查结果显示我国网民每月实际花费的上网费用（不包括使用网络服务的费用）为 103.6 元（注：此平均值为有上网费用支出的网民上网费用的平均值，并非所有网民上网费用的平均值，平均值计算时的基数中不含完全公费网民）。由此可以推出 2005 年全年的全国上网费用总规模已经超过 1000 亿元。

### 4. 网民上网经常使用的网络服务

本次调查结果显示（本部分数据源于联机调查），浏览新闻、搜索引擎、收发邮件成为网民最常使用的三大网络服务，三者的使用率分别为浏览新闻 67.9%、搜索引擎 65.7%、收发邮件 64.7%，这三大网络服务的使用率领先其后的第二阵营 20 个百分点以上。

使用率在 30.0%~50.0%之间的网络服务构成了网民经常使用的网络服务的第二阵营，主要包括即时通讯 41.9%、论坛/BBS/讨论组 41.6%、获取信息 39.8%等，这其中也包括网络游戏，使用率 33.2%。

网上校友录、网上购物、网络聊天室等共同组成了网民经常使用的网络服务的第三阵营，使用率都在 30.0%以下（如图 5.45 所示）。



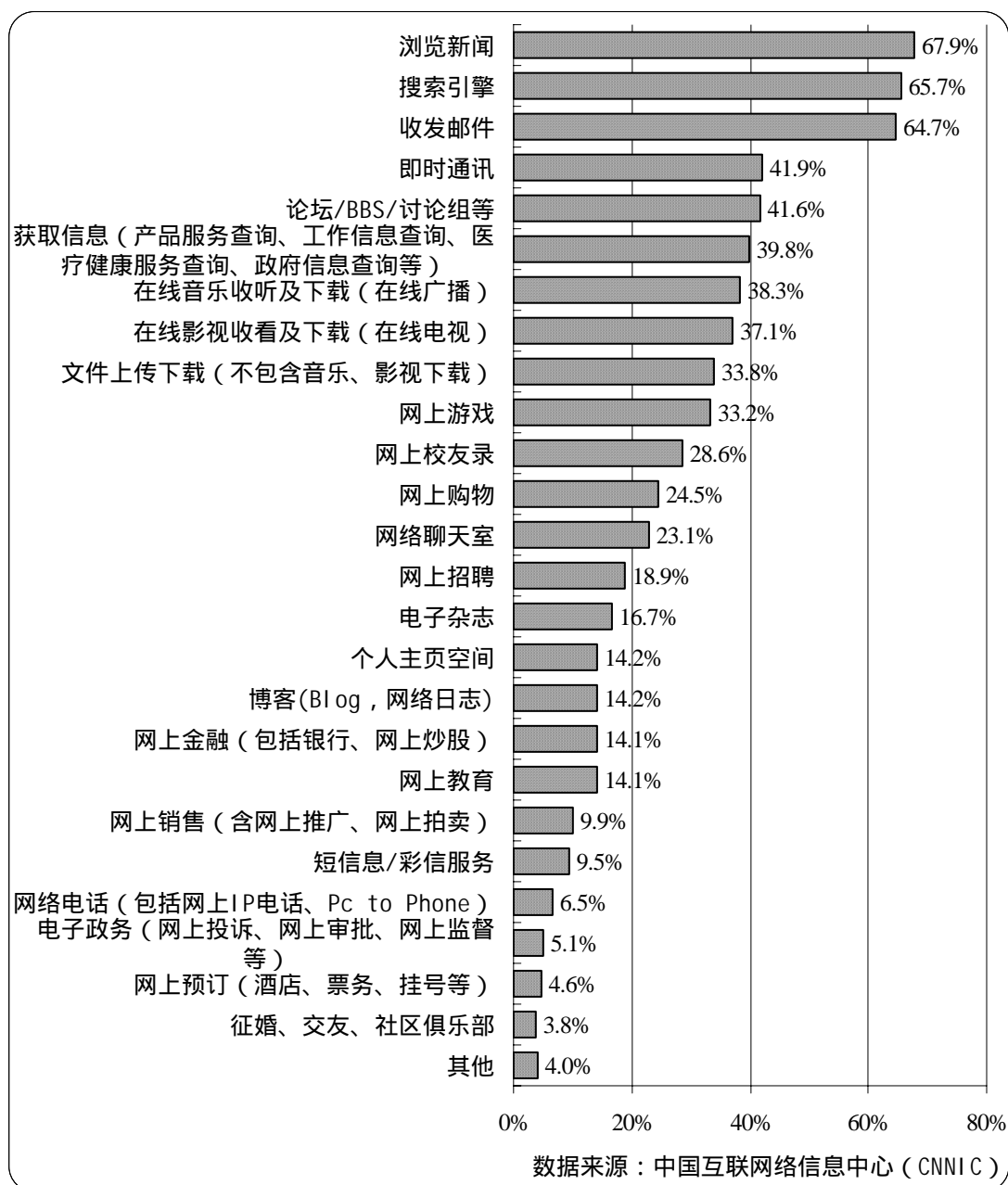


图 5.45 网民上网经常使用的网络服务

### 5. BT 软件使用情况

BitTorrent（俗称 BT 下载）是一个多点下载的源码公开的 P2P 软件。调查结果如表 5.1 所示，截至 2005 年末，中国网民中有 27.8% 的人使用过 BT 软件，总规模约为 3085.8 万人。

表 5.1 BT 软件使用比例

使用过	没使用过	不知道
27.8%	68.7%	3.5%

综上所述，网民绝对数量的增加以及各个时间段内网民上网比例的增长，使得在某时间

点上网的网民数量快速增加，网民上网时间段日趋集中，上网高峰日趋凸显；网民每月实际花费的上网费用达到 103.6 元；网民上网经常使用的网络服务是浏览新闻、搜索引擎、收发邮件；有 27.8% 的网民使用过 BT 软件。

## 五、互联网发展地区差异分析

通过对数据的分析比较可以看出,在互联网飞速成长的背后隐藏着结构性和区域性发展差异。研究这些差异,将对我国政府、社会全面了解我国互联网发展现状,制定相应发展策略提供参考依据。该部分分析均基于电话抽样调查结果。

### 1. 城乡上网情况比较

2005 年末中国互联网络信息中心 (CNNIC) 调查数据显示,城乡之间网民数量及普及率差异巨大,我国互联网发展结构性差异明显。乡村网民普及率很低,乡村网民总规模为 1931.4 万人,仅占相应乡村人口的 2.6%,不到全国平均水平的 1/3。我国城市网民大约有 9168.6 万人,占城市人口的 16.9%。由此可见,我国乡村网民数量只是城市网民数量的 1/5,而乡村网民普及率仅是城市网民普及率的 1/6。这一水平相当于世界上网民普及率最低的非洲网民普及率。2004 年末统计数据显示,城乡人口比例为 42% : 58%。为了提高 58% 这部分人口的上网水平,我国需要促进乡村互联网的发展。

互联网在我国发展到现在,有些发达城市的互联网普及率已经达到比较高的水平,近期内不会再有大幅增长,比如北京、上海等。但我国广大乡村的互联网普及率却非常低,因此仍有非常大的发展空间。可以预见,未来几年内中小城市、乡村将是我国互联网发展的重要发展市场,网民的大幅增长将有赖于这些地区互联网的发展。如图 5.46 所示。

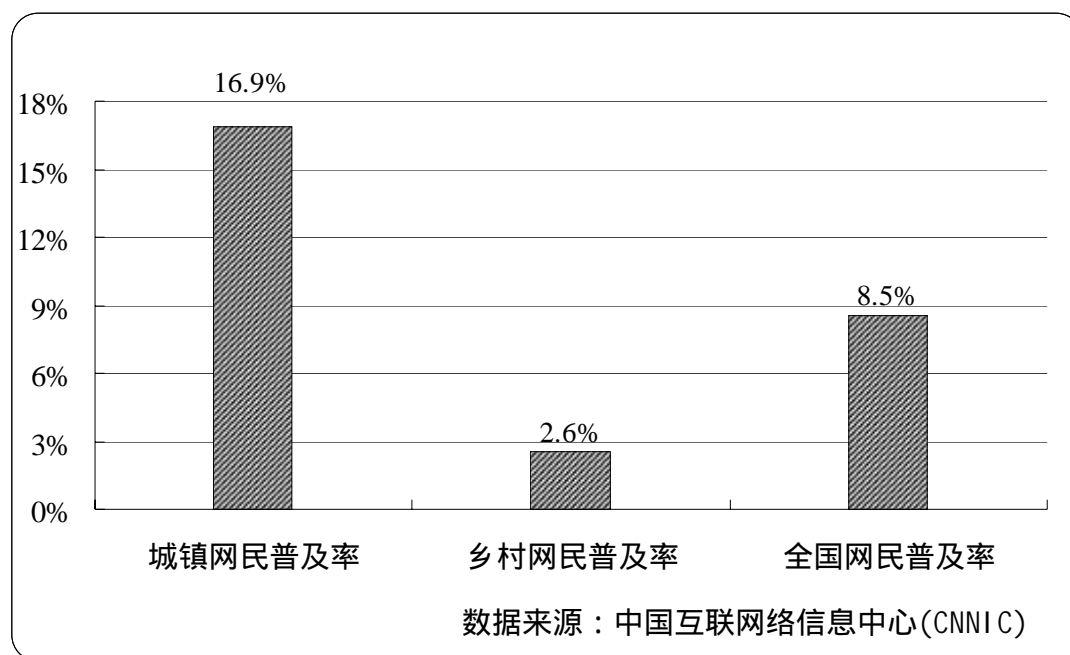


图 5.46 城乡网民普及率比较

2. 东中西部地区比较

我国东中西部与网民数相关的部分数据分布对比情况。东中西部的具体省份请参见第三部分相关说明。东中西部经济差异很大，东部地区 GDP 占全国 GDP 的 60%，这一经济状况也造成了东部地区互联网发展状况比其他地区好，网民数占到了总网民数的 57.8%，网民普及率则是其他两个地区的两倍。如图 5.47、5.48 所示。

由于中西部人口和经济发展差异都不太大，中部地区和西部地区网民普及率相差也不大。未来需要做的是进一步推进中西部地区互联网络的发展，减少互联网发展的地区性差异。

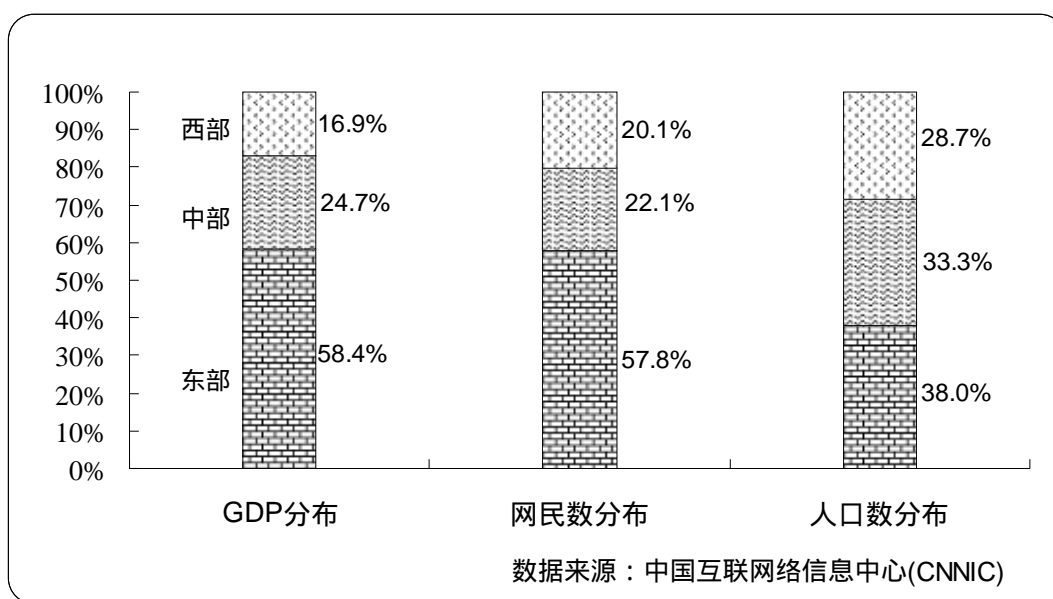


图 5.47 东中西部 GDP 分布、网民数分布和人口数分布比较

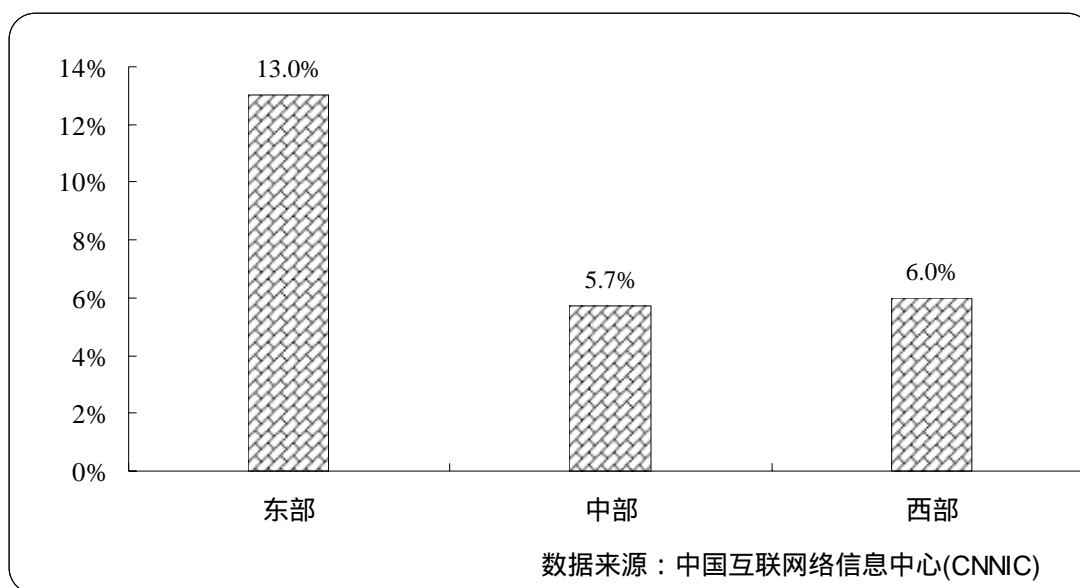


图 5.48 东中西部网民普及率比较

东中西部一些与上网相关的基本数据情况如表 5.2 所示。这些数据都反映了东西部互联

网发展的巨大差异。从网民数量来看，东部的数量接近中西部总和的 1.4 倍；IPv4 地址数量则超过了中西部总和的 1.6 倍；拥有域名数和网站总数的东中西部差距更大，东部接近中西部总和的 4 倍。可以看出，东部拥有绝大部分的网络资源。

表 5.2 东中西部上网基本数据分布情况

	网民分布	IPv4 分布	域名数分布	网站总数分布
东部	57.8%	62.4%	78.5%	79.9%
中部	22.1%	21.3%	11.5%	11.3%
西部	20.1%	16.3%	10.0%	8.8%
合计	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

上网基本数据按人口平均的结果如表 5.3 所示。IPv4 和人均拥有域名数方面，东部是中西部人均量总和的 2 倍以上，东部超过平均水平接近 4 个百分点，而中西部则不足平均数一半；差距最大的则是人均网站数，东部达到了中西部总和的 20 倍，而中西部不到平均水平的 1/15。这些数据充分表明，为了使我国互联网均衡发展，需要加大对中西部互联网的发展力度。

表 5.3 东中西部人均上网基本数据情况

	网民普及率	IPv4 拥有率	每万人域名数	每万人网站总数
东部	13.0%	9.4%	40.4	11.0
中部	5.7%	2.1%	6.7	0.3
西部	6.0%	2.0%	6.8	0.2
全国	8.5%	5.7%	20.0	5.3

综上所述，城乡之间和东中西部地区之间均存在发展差异巨大的问题。城乡之间网民数量及普及率差异巨大，2005 年我国同期乡村网民数为 1931.4 万人，网民普及率为 2.6%，乡村网民数仅是同期城市网民数的 1/5，网民普及率仅是同期城市网民普及率的 1/6。东中西部发展差异很大。东部网民数占到了全国网民数的 57.8%，超过了中西部网民数总和。在 IPv4、域名数和网站数方面更是遥遥领先于中西部。东部 IPv4 数占全国总量的 62.4%，东部域名数和网站数分别占到了全国总量的 78.5%和 79.9%。中西部互联网发展则基本持平。

## 六、非网民状况

本次调查结果显示,我国网民人数已经从上年的9400万人增长到2005年的11100万人;网民人数占我国人口的比例从上年的7.2%增长为目前的8.5%,增长了1.3个百分点,同时仍有超过90%的人口没有上网。因此,对截止到2005年12月31日没有上网的人群(称之为非网民)不上网的原因、近半年内上网预期、预期近半年内肯定上网的非网民的部分特征进行分析,将为政府、企业和社会各界更好地了解我国非网民状况、制定相关政策提供一些参考。

### 1. 非网民不上网的原因与近半年内上网预期

#### (1) 非网民不上网的原因

本次调查结果显示,非网民不上网的主要原因有:不懂电脑/网络,不具备上网所需的技能,38.7%的非网民选择;不具备上网条件(没有上网设备、当地无法连接互联网),29.3%的非网民选择;没时间上网,13.2%的非网民选择;觉得上网没用,不需要,9.8%的非网民选择;年龄太大/太小,8.6%的非网民选择。此外,选择没有原因,不好说的非网民比例占到了7.6%;不感兴趣、上网费用贵、担心受到伤害或不好的影响、家长/老师不许上网等亦是妨碍非网民上网的原因,分别有5.2%、4.1%、2.1%、1.3%的非网民选择(如图5.49所示)。可见,不懂电脑/网络,不具备上网所需的技能是影响我国非网民不上网的最主要因素,目前仍有超过1/3的非网民由于此原因不能上网。

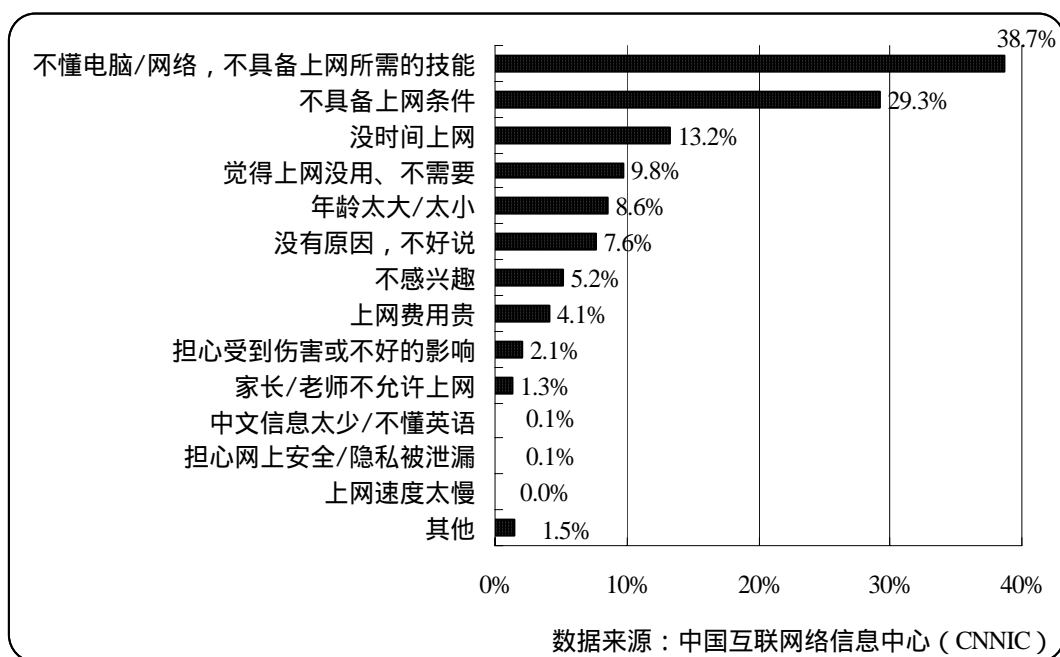


图 5.49 非网民不上网原因

与上年同期调查结果相比，在不上网的原因中，选择不具备上网条件（没有上网设备、当地无法连接互联网）和年龄太大/太小的非网民比例有所增加，选择其他原因的非网民比例均有所减少（如图 5.50 所示）。具体情况为：选择不懂电脑/网络，不具备上网所需技能的非网民比例比上年同期低 1.4%；选择不具备上网条件的非网民比上年同期高 3.0%；选择没时间上网的非网民比例比上年同期低 2.7%；选择上网没用/不需要的非网民比例比上年同期低 6.3%；选择上网费用贵的非网民比例比上年同期低 6.4%；选择不感兴趣的非网民比例比上年同期低 2.0%；选年龄太大/太小的非网民比例比上年同期高 1.6%。与历年同期相比，不懂电脑/网络，不具备上网所需的技能依然是非网民不上网的最主要原因。

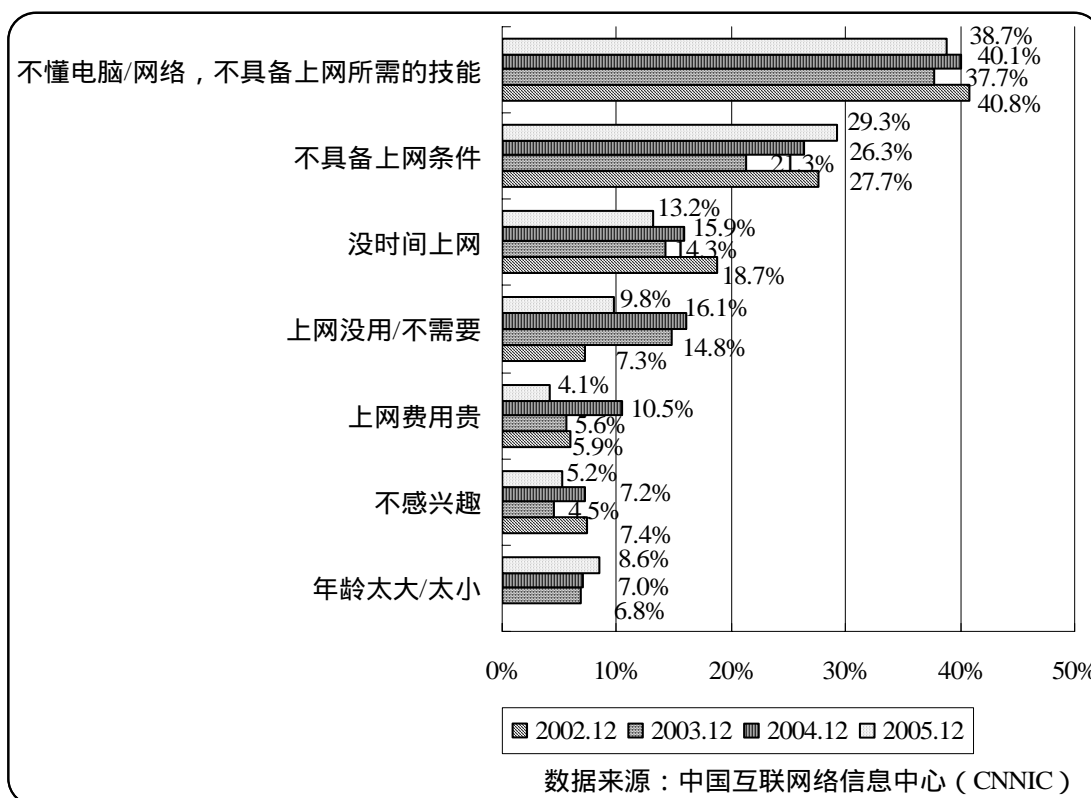


图 5.50 历次调查非网民不上网的原因

(2) 非网民近半年内的上网预期

本次调查结果显示，1.2%的非网民预期近半年内肯定上网，15.1%的非网民预期近半年内可能上网，高达 72.5%的非网民预期近半年内肯定不会上网，另外 11.2%的非网民对近半年内是否上网没有明确的预期，表示说不好（如图 5.51 所示）。

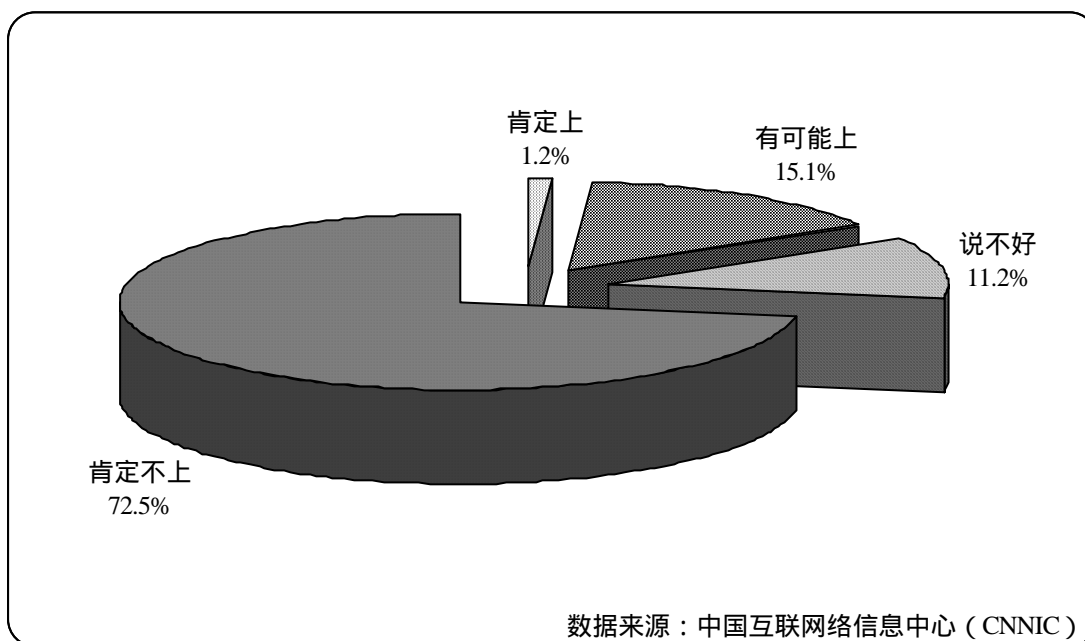


图 5.51 非网民近半年内的上网预期



2. 预期近半年内肯定上网的非网民部分特征

(1) 性别

本次调查结果显示，预期近半年内肯定上网的非网民中男性与女性的比例为 61.8%和 38.2%；网民中男性占 58.7%，女性占 41.3%（如图 5.52 所示）。结合网民与预期近半年内肯定上网的非网民中各自男女性别比例，可以预见，未来半年内我国网民的性别结构仍然是男性高于女性，而且一定时期内男性网民数量的增长仍将多于女性网民数量的增长。

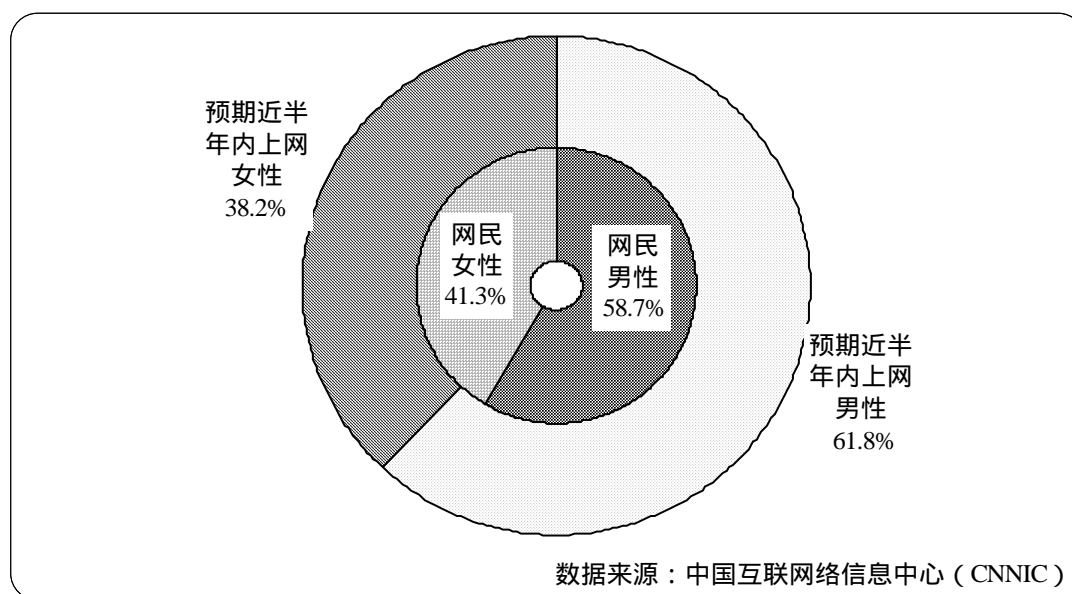


图 5.52 预期近半年上网的非网民与网民性别状况

(2) 年龄

本次调查结果显示，预期近半年内肯定上网的非网民中，19.0%的非网民年龄低于 18 岁，15.0%的非网民年龄在 18~24 岁之间，11.6%的非网民年龄为 25~30 岁，年龄在 31~35 岁、36~40 岁、41~50 岁的非网民分别为 13.6%、11.8%、20.1%，年龄在 51~60 岁的非网民比例为 6.2%（如图 5.53 所示）。预期近半年内肯定上网的非网民中年龄低于 30 岁的所占比例为 45.6%，年龄高于 30 岁的所占比例为 54.4%，结合目前我国 71.0%的网民年龄在 30 岁以下，可以预见，未来半年内我国年龄低于 30 岁的网民比例会有所降低，30 岁以上的网民比例将有一定增长。

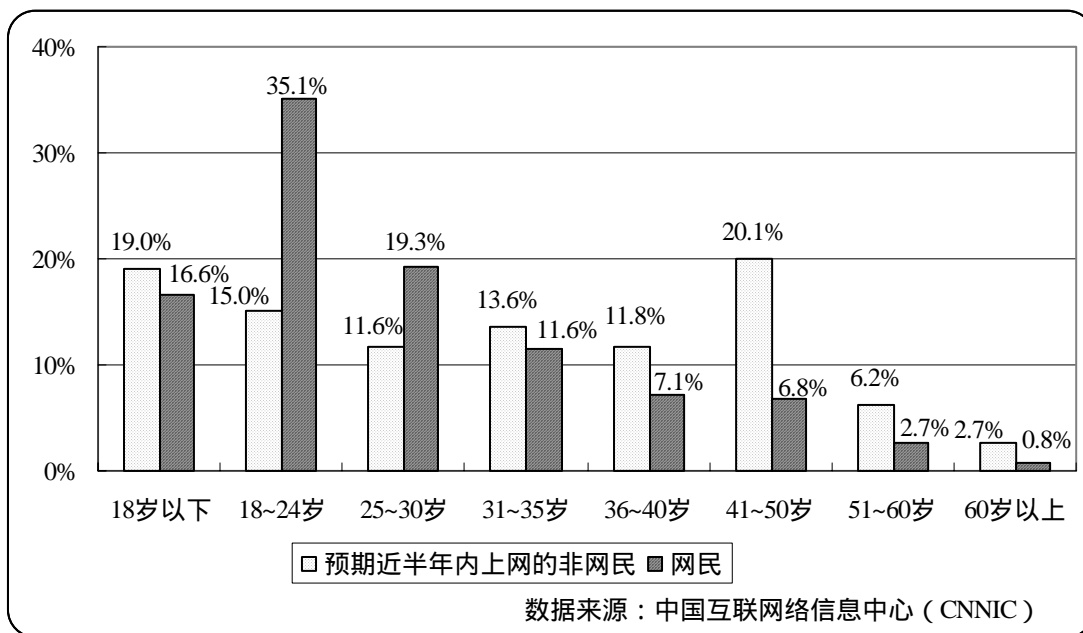


图 5.53 预期近半年上网的非网民与网民年龄状况

(3) 婚姻状况

本次调查结果显示，预期近半年内肯定上网的非网民中已婚的比例为 62.4%，未婚的比例为 37.6%；我国网民中已婚的比例为 42.1%，未婚的比例为 57.9%（如图 5.54 所示）。预期近半年内上网的非网民中有超过 60.0%的为已婚，可以预见，未来半年内我国网民中已婚网民的比例将继续增长。

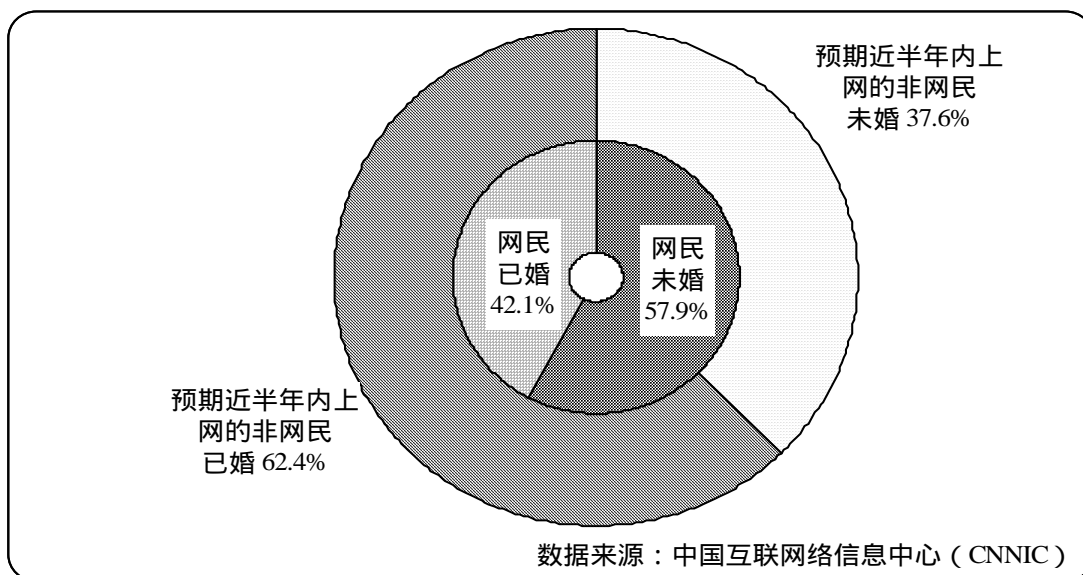


图 5.54 预期可能上网的非网民与网民婚姻状况

综上所述，不懂电脑/网络是妨碍非网民上网的最主要原因；预期近半年内肯定上网或

可能上网的非网民比例为 16.3%；在预期近半年内上网的非网民中，男性与女性的比例分别为 61.8%和 38.2%；已婚、年龄低于 35 岁的非网民超过一半。可以预见，未来半年内我国网民人数的增长率会有所下降；网民中男性占多数的状况仍将继续；30 岁以上的网民比例将有所增长；已婚网民所占比例会稍有增长。

## 第六部分 香港互联网使用现状调查报告

（2006年1月）

香港城市大学传播研究中心

## 第一部分 相关说明

- 1、**网民**：本调查采用了两种“网民”的定义。其一是从 2000 年度香港调查起一直采用的“全球互联网研究计划”的定义（“你现在是否使用互联网”，简称 WIP 定义），以下部分内容将沿用此定义，以便与 2000～2005 年间的五次调查结果作比较。其二是从 2002 年度起采用的中国互联网络信息中心（CNNIC）定义（“平均每周使用互联网至少 1 小时”），以便与中国互联网络信息中心的调查结果作比较。两种定义的统计结果略有不同，敬请读者引用时予以注明。
- 2、**上网计算机**：指家庭内连入互联网的桌面电脑和手提电脑，但不计入可以上网的掌上电脑或带 PDA 功能的手机电话。
- 3、本调查由香港城市大学传播研究中心资助、祝建华教授负责。本报告内容，并不代表香港城市大学。
- 4、本次调查统计数据截止日期为 2005 年 12 月 31 日。

## 第二部分 调查结果

### 一、香港互联网络发展的宏观概况

#### （一）家庭上网计算机数

表 6.1 家庭上网计算机数

家庭总数	上网计算机总数	拨号上网家庭数	宽带上网家庭数*
229 万	178万	10万	168万
占家庭总数的比例	78%	4%	73%
占上网家庭的比例	100%	6%	94%

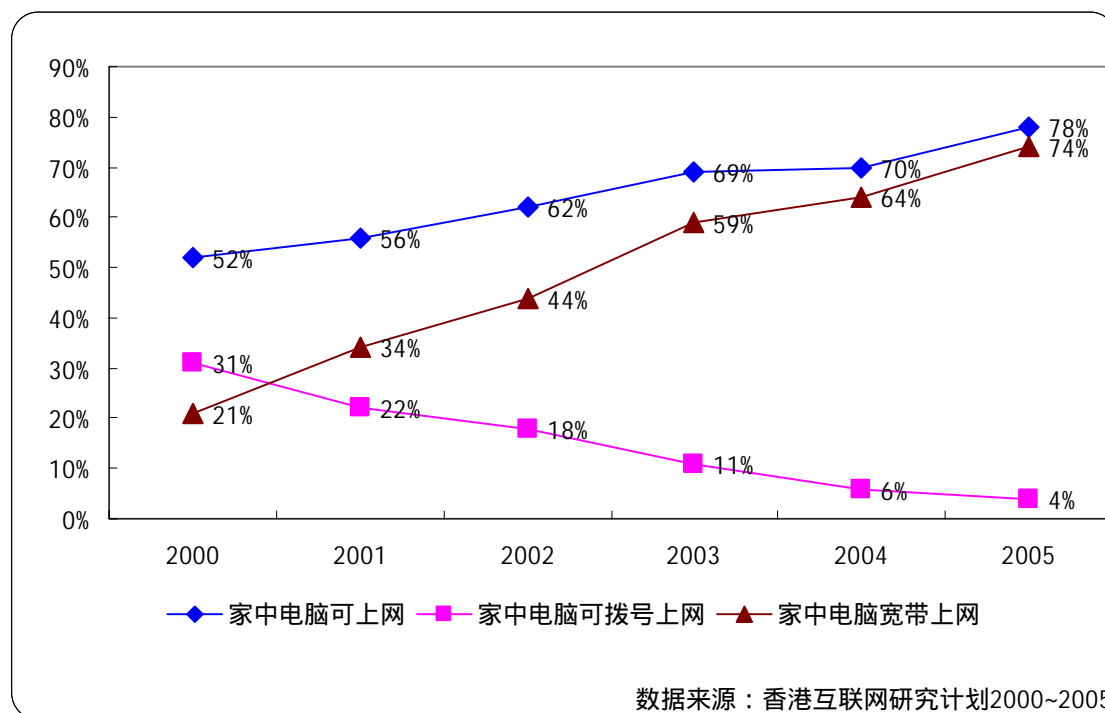


图 6.1 香港居民家庭上网情况

注：宽带上网包括 ADSL 和 Cable Modem 方式，但不包括 ISDN（计入拨号上网）和手机上网。

#### （二）网民人数

- 按中国互联网络信息中心（CNNIC）定义计，在年龄为 6~84 岁之间的香港常住居

民中，有 400 万为网民（即占对应总体 653 万中的 61%），如考虑到抽样误差，实际网民可能在 388 万至 411 万之间。

2、按 WIP 定义计，在年龄为 18~74 岁之间的香港常住居民中，有 329 万为网民（即占对应总体 539 万中的 61%），如考虑到抽样误差，实际网民可能在 319 万至 338 万之间。

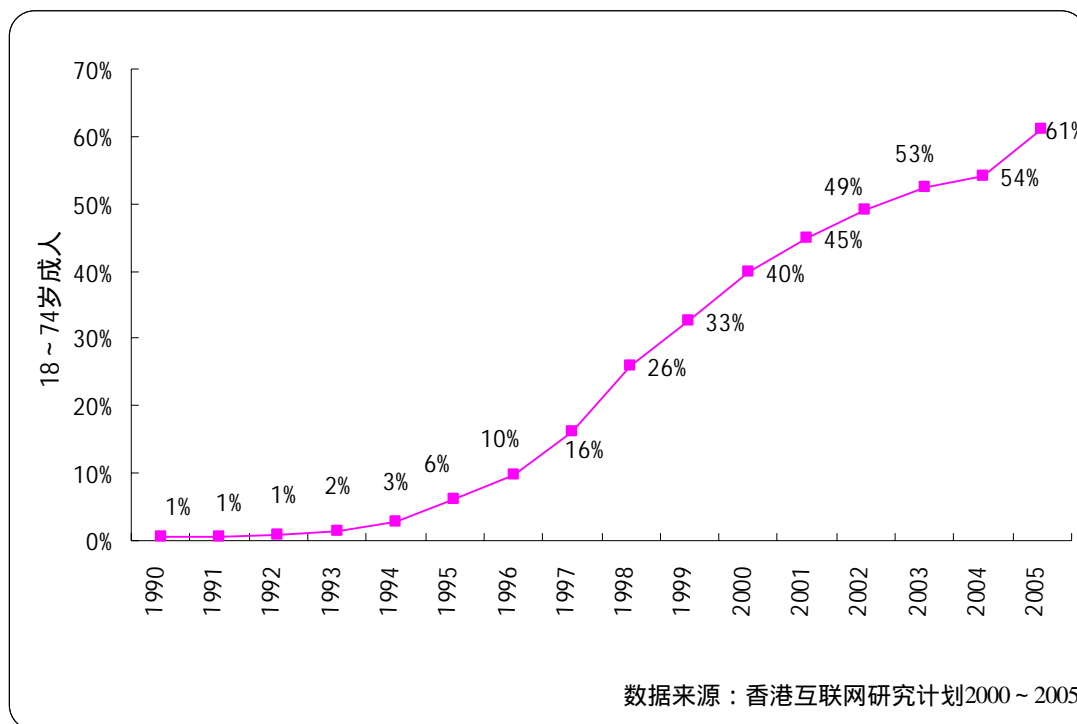


图 6.2 香港网民（WIP 定义）逐年增长趋势

## 二、网民行为意识调查结果

注：本部分的“网民”，如不注明为“WIP定义”（18~74岁），即按中国互联网络信息中心（CNNIC）定义（6~84岁）统计。问题带\*者为中国互联网络信息中心网下抽样调查问题，不带\*者为香港抽样调查问题。

### （一）网民个人信息

\*1. 网民的性别：男性占51%，女性占49%，如图6.3所示：

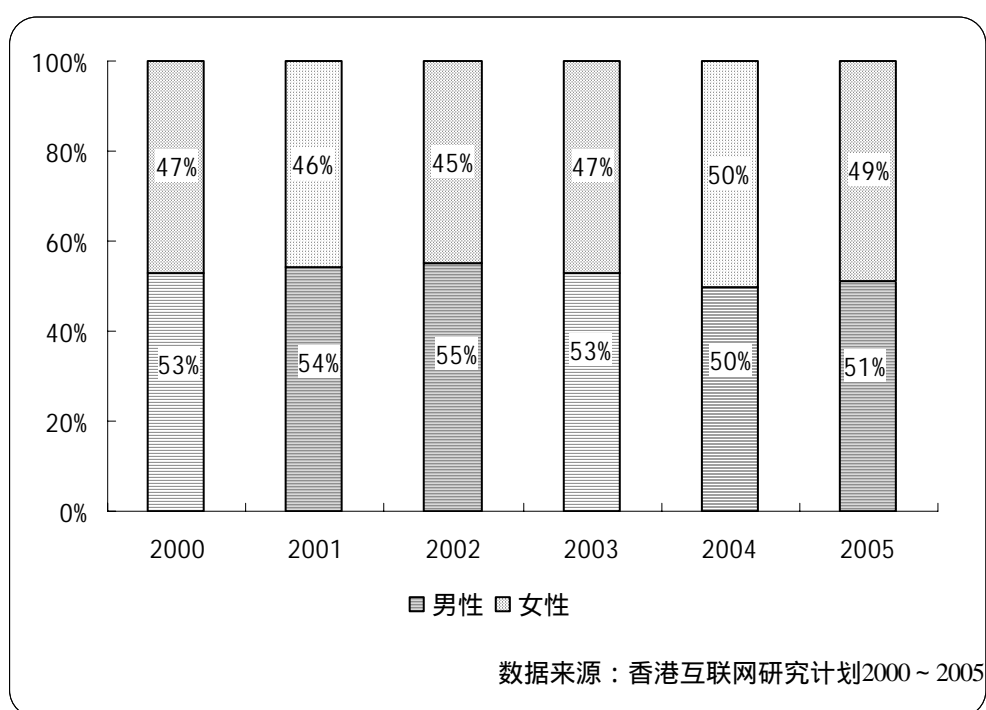


图 6.3 网民的性别分布

\*2. 网民的年龄分布，如表 6.2 和图 6.4 所示：

表 6.2 网民年龄分布

18 岁以下	18~24 岁	25~30 岁	31~35 岁	36~40 岁	41~50 岁	51~60 岁	60 岁以上
21%	15%	16%	8%	14%	20%	4%	2%



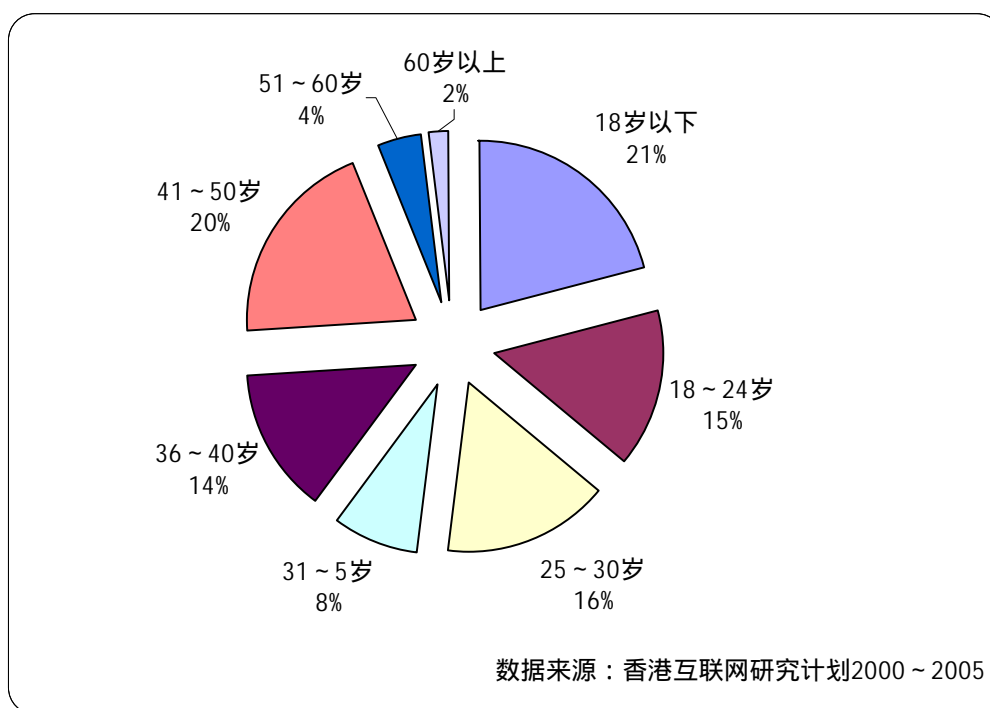


图 6.4 网民的年龄分布

\*3. 网民的婚姻状况：未婚占 56%，已婚占 44%，18~74 岁成年人的婚姻状况如图 6.5 所示：

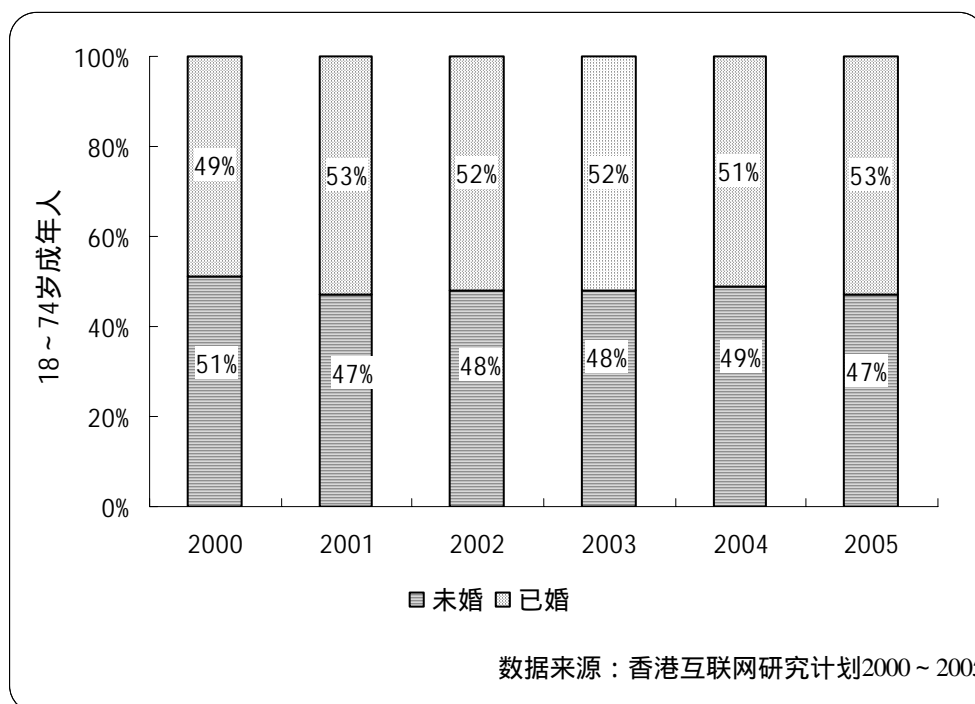


图 6.5 成年网民的婚姻状况分布

\*4. 网民的文化程度，如表 6.3 和图 6.6 所示：

表 6.3 网民文化程度分布

高中(中专)以下	高中(中专)	大专	本科	硕士、博士
55%	10%	7%	24%	4%

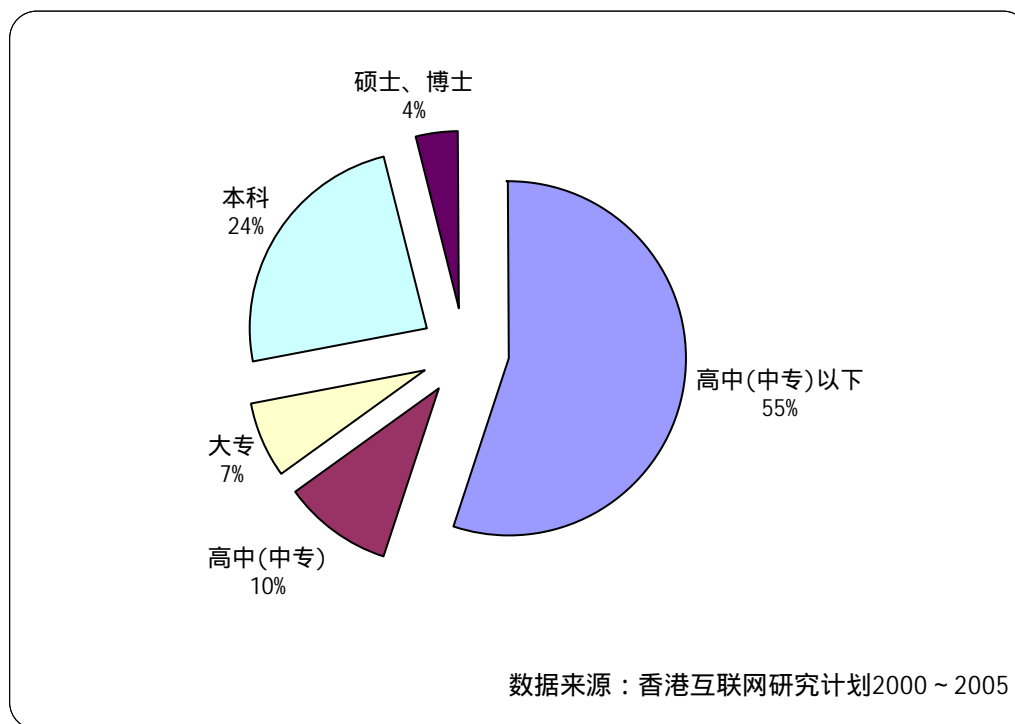


图 6.6 网民的文化程度分布

\*5. 网民的职业分布，如表 6.4 所示：

表 6.4 网民职业分布

公务员、军警	管理、科教文卫、公司职员	工人、商业/服务业人员	个体或私营劳动者	学生	退休、无业	其它
3%	14%	29%	2%	33%	10%	9%

\*6. 网民的家庭月收入，如表 6.5 所示：

表 6.5 网民家庭月收入分布

1万港元以下	1~2万港元	2~3万港元	3~4万港元	4万港元以上
14%	30%	21%	15%	20%

（二）网民使用互联网情况和上网习惯

\*1．网民上网的主要地点（多选题），如表 6.6 和图 6.7 所示：

表 6.6 网民主要上网地点

家中	单位	学校	网吧、图书馆等公共场所
95%	46%	54%	12%

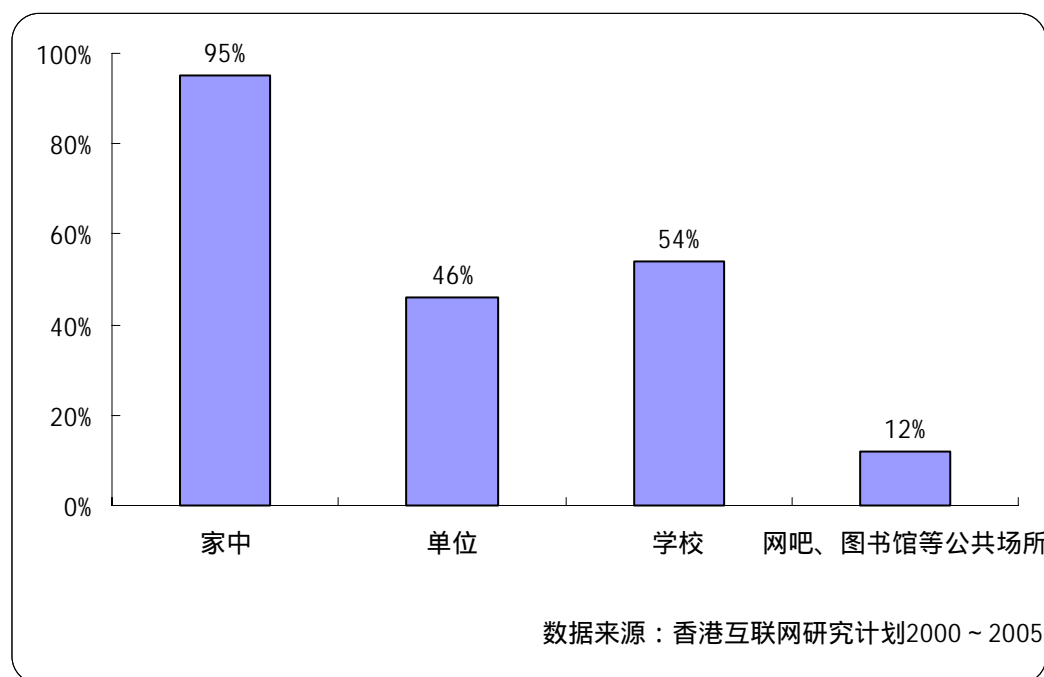


图 6.7 网民主要上网地点

\*2．网民每月用于连接互联网的费用（平均 153 港元、或 20 美元），如表 6.7 和图 6.8 所示：

表 6.7 网民每月连接互联网的费用（港元）

低于 50 元	51 ~ 100 元	101 ~ 200 元	201 ~ 300 元	301 ~ 400 元	401 ~ 500 元	500 元以上
8%	19%	59%	12%	2%	0.4%	0.1%

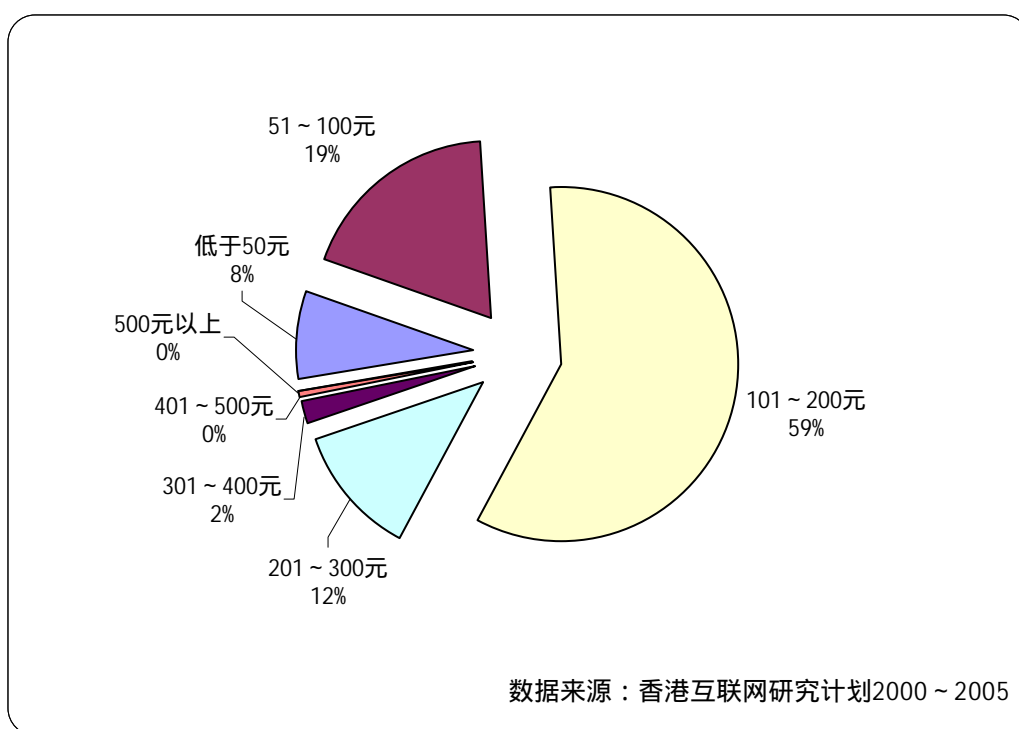


图 6.8 网民每月连接互联网的花费

\*3. 网民上网经验：

- |           |     |
|-----------|-----|
| ▪ 2 年以下   | 5%  |
| ▪ 2 ~ 4 年 | 13% |
| ▪ 5 ~ 7 年 | 36% |
| ▪ 7 年以上   | 45% |

\*4. 网民连接互联网的方法 (可多选), 无线方式上网比例的变化如图 6.9 所示：

- |                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| ▪ 电话                                | 5%  |
| ▪ 宽带                                | 88% |
| ▪ 有线电视                              | 5%  |
| ▪ 无线 (包括 WLAN, GPRS, WAP, EDGE, 3G) | 9%  |
| ▪ 不知道                               | 2%  |

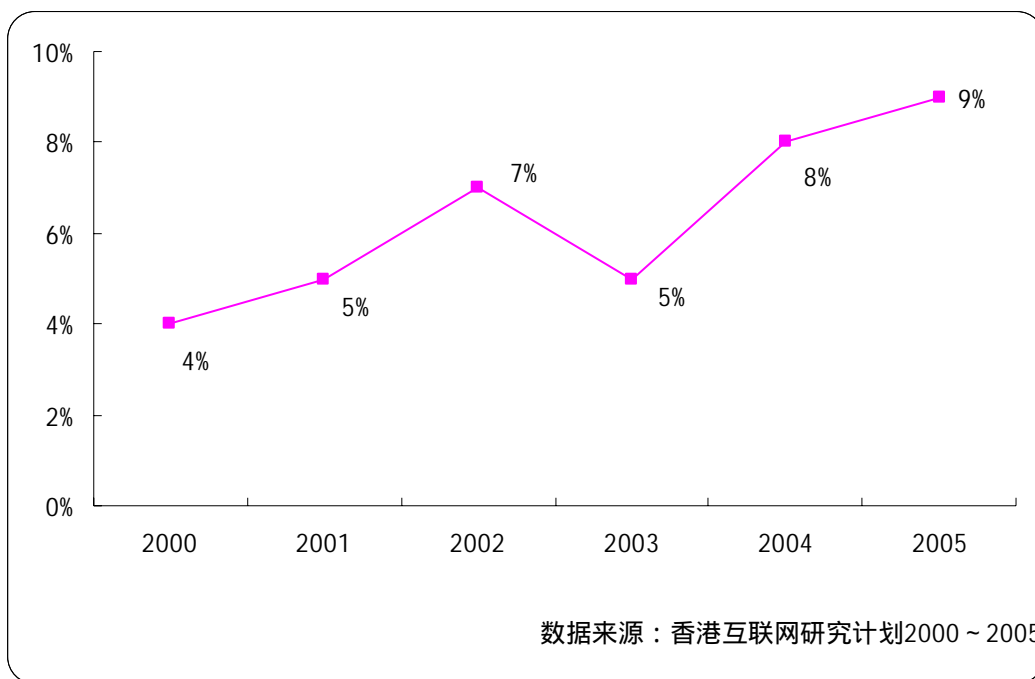


图 6.9 网民采用无线方式上网的比例变化

\*5. 网民平均每周上网时间：14.8 小时

\*6. 网民平均每周上网天数：5.5 天

\*7. 网民通常在什么时间上网（多选题），如表 6.8 和图 6.10 所示：

表 6.8 网民上网时间分布

<b>1 点</b>	<b>2 点</b>	<b>3 点</b>	<b>4 点</b>	<b>5 点</b>	<b>6 点</b>
9%	6%	3%	2%	2%	1%
<b>7 点</b>	<b>8 点</b>	<b>9 点</b>	<b>10 点</b>	<b>11 点</b>	<b>12 点</b>
1%	2%	3%	16%	19%	18%
<b>13 点</b>	<b>14 点</b>	<b>15 点</b>	<b>16 点</b>	<b>17 点</b>	<b>18 点</b>
17%	19%	20%	22%	24%	21%
<b>19 点</b>	<b>20 点</b>	<b>21 点</b>	<b>22 点</b>	<b>23 点</b>	<b>24 点</b>
21%	25%	33%	40%	36%	27%

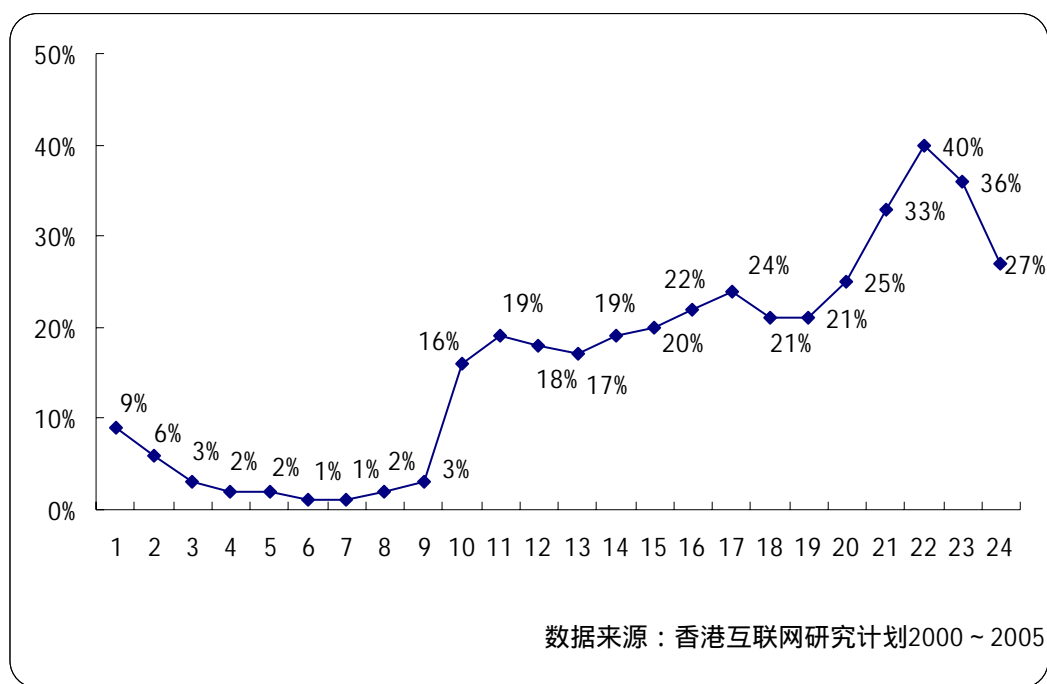


图 6.10 网民每天 24 小时上网时间分布

\*8. 网民拥有 E-mail 账号平均值：2.2 个

其中免费 E-mail 账号平均值：2.0 个

\*9. 网民平均每周收到电子邮件数（不包括垃圾邮件）：27.8 封

收到垃圾邮件数：57.5 封

发出电子邮件数：12.1 封

\*10. 网民上网最主要的目的：

- |                                    |       |
|------------------------------------|-------|
| ▪ 获取信息                             | 50.0% |
| ▪ 休闲娱乐                             | 22.2% |
| ▪ 与人联络（如收发邮件、IM、SMS、聊天等）           | 10.7% |
| ▪ 学习                               | 9.1%  |
| ▪ 其它                               | 3.7%  |
| ▪ 网上银行、买股票、付帐等                     | 2.1%  |
| ▪ 获得各种免费资源（如免费邮箱、个人主页空间、各种免费资源下载等） | 1.7%  |
| ▪ 交友                               | 0.5%  |
| ▪ 网上购物                             | 0.0%  |

\*11 . 网民经常使用的网络服务（多选题）：

▪ 浏览网页	49%
▪ 电子邮箱	24%
▪ 搜索引擎	20%
▪ 网上聊天（如 MSN、ICQ、Yahoo Messenger、chat room 等）	18%
▪ 新闻组	16%
▪ 网上游戏	16%
▪ 多媒体娱乐（如电影、音乐、广播、Flash 等）	12%
▪ 网上教育	7%
▪ 其它	7%
▪ BBS 论坛、社区、讨论组	5%
▪ 网上银行	4%
▪ 软件上传或下载服务	3%
▪ 网上购物或商务活动	3%
▪ 网上招聘	1%
▪ 短信服务	1%
▪ 票务、旅店预定	1%
▪ 校友会网页	0%
▪ 视像（视频）会议	0%
▪ 网络电话	0%

\*12 . 网民在过去一年中是否通过购物网站购买过商品或服务：

▪ 是：	12%
▪ 否：	88%

\*13 . 网上购物网民在过去一年中在网上实际购买过哪些产品或服务（多选题）：

▪ 休闲娱乐（如电影票、球票）	24%
▪ 计算机	17%
▪ 书籍	13%
▪ 纺织、服装	9%
▪ 家居、工艺品	8%
▪ 医疗、保健	6%
▪ 食品	5%
▪ 家电	3%
▪ 旅游（飞机、火车、饭店）	1%
▪ 其它	5%

14. 网民每周用于网上六种主要活动的时间，变化趋势如图 6.11 所示：

- 看网上新闻：0.9 小时
- 收发电子邮件：2.0 小时
- 参加网上聊天、讨论：0.7 小时
- 搜寻与工作/学习有关的信息：2.2 小时
- 搜寻与个人生活有关的信息：1.7 小时
- 参加网上的游戏、娱乐：0.9 小时

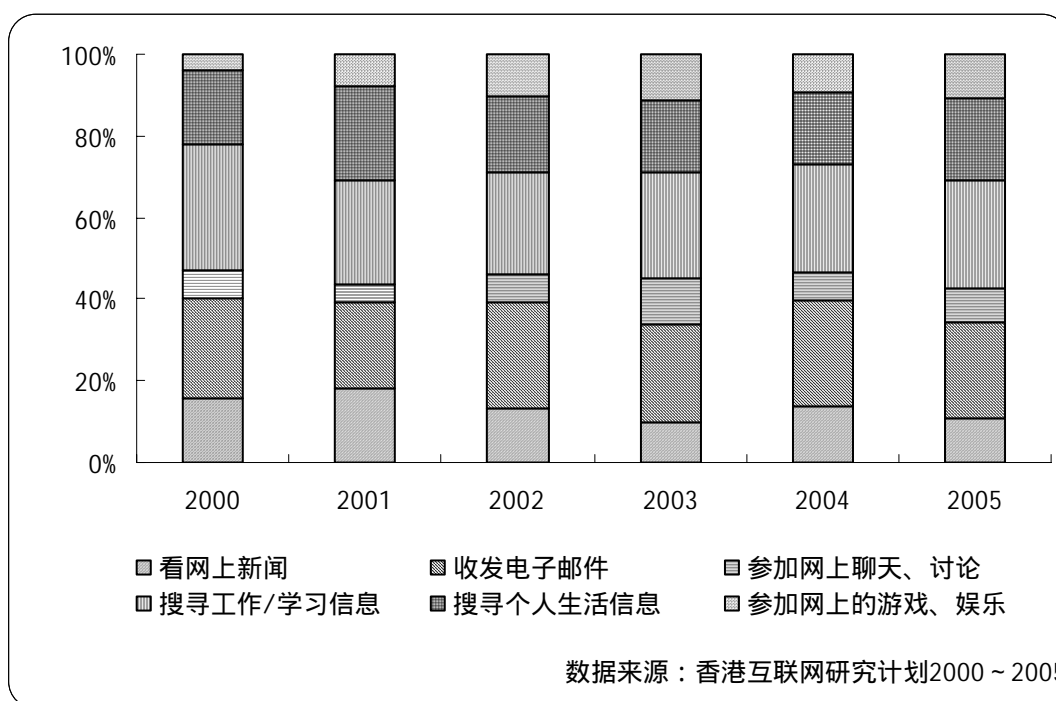


图 6.11 18~74 岁网民上网时间分配

15. 网民用于各种语言网站的时间占有所有上网时间的比例，变化趋势如图 6.12 所示：

- 香港本地中文网站：64%
- 香港本地非中文网站：6%
- 海外中文网站：15%
- 海外非中文网站：15%



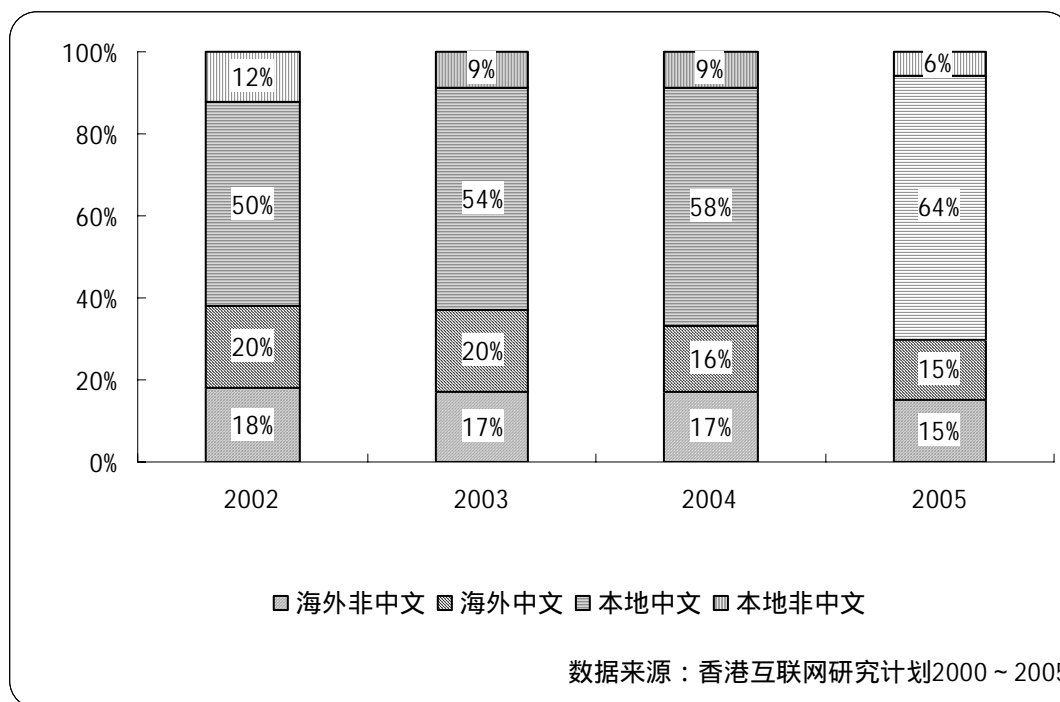


图 6.12 网民上网时间分配

\*16. 是否经常浏览/点击网络广告:

- 经常浏览/点击 1%
- 有时浏览/点击 4%
- 很少浏览/点击 29%
- 从来不浏览/点击 66%

17. 在最近 12 个月中，是否因为上网而遇到（多选题）:

- 由于各种电脑病毒而遗失资料或耽误时间 38%
- 被人冒用信用卡付帐 1.4%
- 被人盗用私人资讯或滥用私人账号 5%

### 三、香港非网民概况

\*1. 非网民不上网的原因（多选题）:

- 不懂如何上网/对上网技术感到恐惧和困惑 44%

▪ 无计算机/无电话/电脑不能上网/电脑不够好	17%
▪ 无兴趣	16%
▪ 工作太忙，无上网	10%
▪ 年龄太老/小、健康问题	9%
▪ 语言问题/不懂英文	7%
▪ 觉得上网没用/无需要	5%
▪ 上网费用太贵	1%
▪ 担心孩子受到不好影响	1%
▪ 感兴趣的网站或信息太少	1%
▪ 担心网上安全	1%
▪ 病毒太多	0%
▪ 担心泄露私隐	0%
▪ 经常断线、网络繁忙、不容易登入	0%
▪ 传输速度太慢	0%
▪ 其它困难	7%
▪ 无困难	7%
▪ 不知道	3%

\*2. 非网民预期上网时间，如图 6.13 所示：

▪ 1 个月内	3%
▪ 1~3 个月内	2%
▪ 3~6 个月内	3%
▪ 6~12 个月内	3%
▪ 1 年以后	3%
▪ 不知道/无法预计	6%
▪ 根本不打算上网	80%

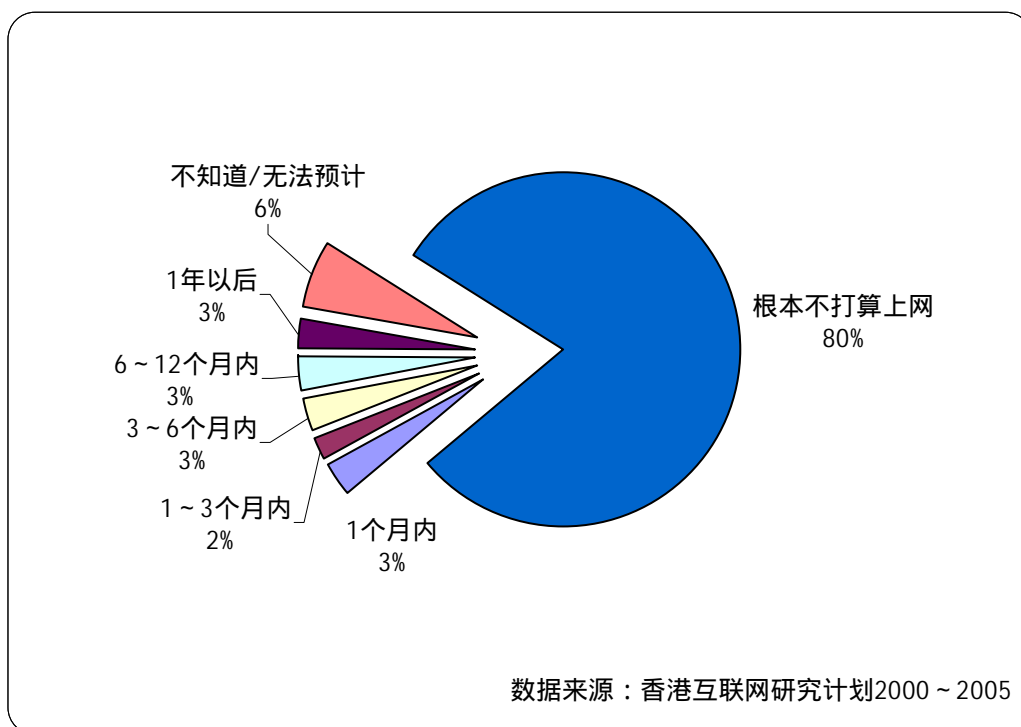


图 6.13 非网民上网预期

3. 按 WIP 定义计，香港 18~74 岁成年人中的网民比例从 2000 年的 40%，增加到 2001 年的 45%、2002 年的 49%、2003 年的 53%、2004 年的 54% 和 2005 年的 60%，平均年增长率为 8.4%；与此同时，非网民的比例从 2000 年的 60%，下降到 2001 年的 55%、2002 年的 51%、2003 年的 47%、2004 年的 46% 和 2005 年的 40%，平均年减少率为 7.8%，如图 6.14 所示。

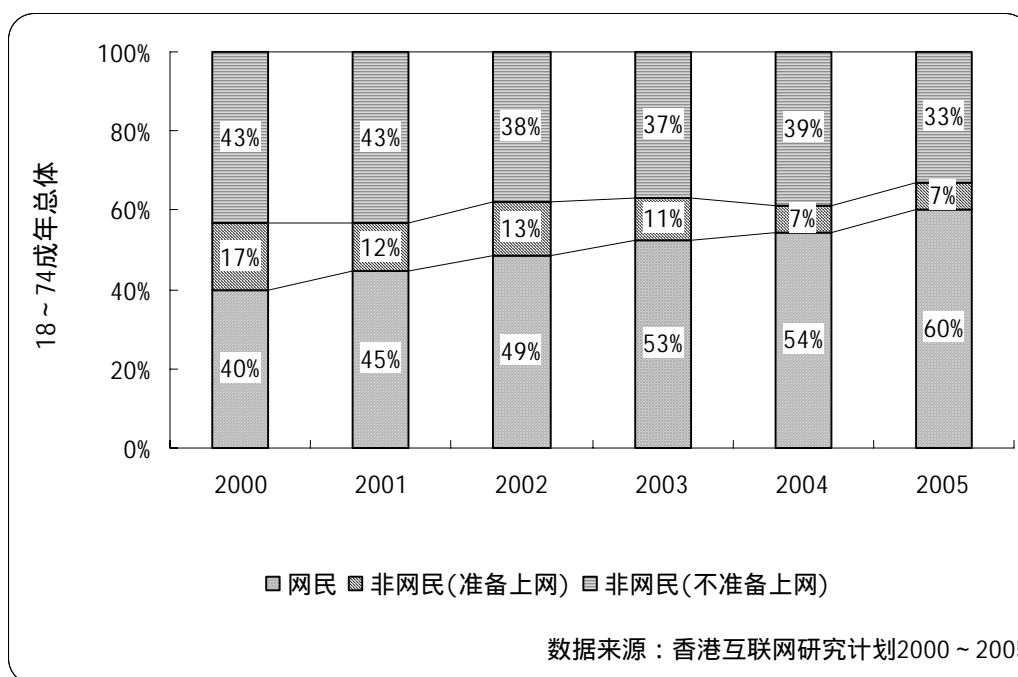


图 6.14 香港网民、非网民之比（按 WIP 定义计）

\*4. 非网民因不上网而遇到的经历，如表 6.9 所示：

表 6.9 不上网对非网民的影响

	从不	很少	有时	经常
▪ 因为不使用互联网而有过感到难堪的经历	79%	7%	12%	3%
▪ 因为不使用互联网而有过有人鼓励您使用互联网的经历	57%	10%	25%	8%
▪ 因为不使用互联网而有过被排斥在朋友的交流沟通圈之外的经历	93%	5%	1%	1%
▪ 因为不使用互联网而有过在升学/就业/本单位内升职涨薪时处于不利地位的经历	96%	1%	2%	1%
▪ 因为不使用互联网而有过别人说难以与您联络的经历	96%	2%	2%	1%

#### 四、网民与非网民对互联网的看法

\*1. 您是否信任互联网，如表 6.10 和图 6.15 所示：

表 6.10 对互联网的信任程度

	网民	非网民	总计
▪ 完全不信	1%	2%	1%
▪ 不太信任	9%	14%	11%
▪ 半信半疑	46%	46%	46%
▪ 比较信任	38%	20%	32%
▪ 完全信任	4%	3%	3%
▪ 不知道/说不准	1%	16%	7%

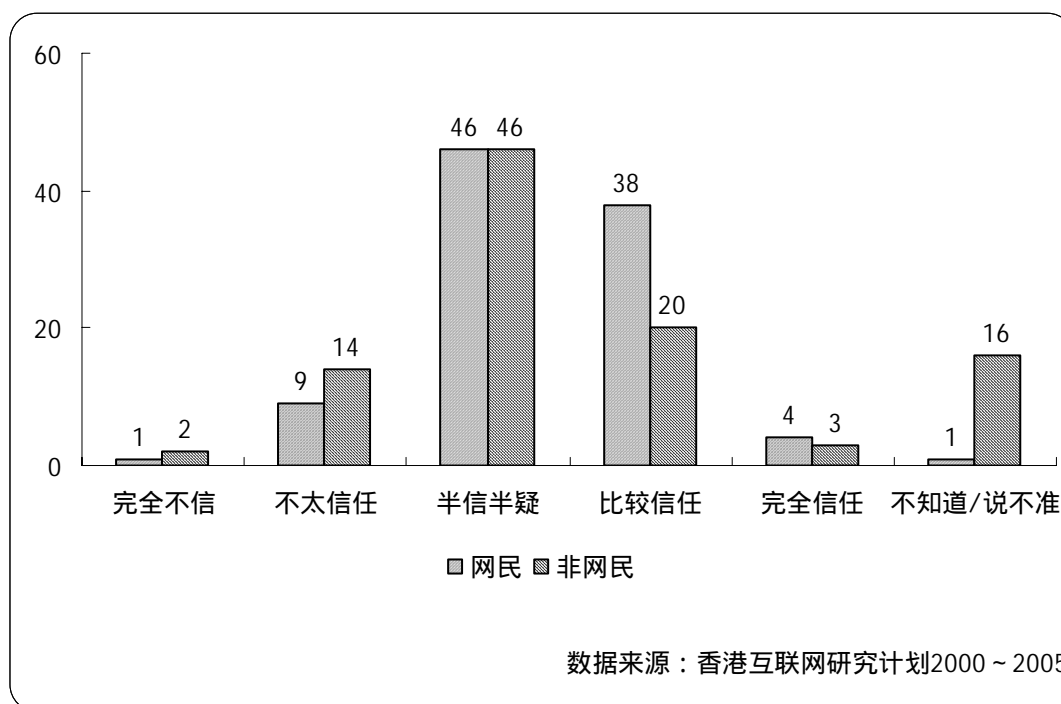


图 6.15 网民、非网民对互联网信任度的比较

2. 网上信息是否需要管理和控制，如表 6.11 所示：

表 6.11 网上信息是否需要管理和控制

	网民	非网民	总计
▪ 非常需要	2%	2%	2%
▪ 比较需要	8%	4%	7%
▪ 不太需要	34%	32%	33%
▪ 完全不需要	51%	41%	47%
▪ 说不准	5%	21%	10%

\*3. 对互联网的作用和影响的看法，如表 6.12 所示：

表 6.12 互联网的影响与对互联网的看发评价

	很不赞成	不太赞成	一半赞成、一半不赞成	比较赞成	非常赞成	不知道/说不准
使用互联网可以提高工作/学习和生活的效率	1%	6%	6%	50%	34%	3%
在单位/学校/邻里中，会上网的人好像高人一等	24%	54%	5%	11%	3%	4%
使用互联网容易结交不好的朋友	5%	26%	9%	35%	18%	6%

	续表					
	很不赞成	不太赞成	一半赞成、一半不赞成	比较赞成	非常赞成	不知道/说不准
使用互联网容易暴露隐私	5%	23%	10%	38%	18%	6%
使用互联网容易受不良信息影响	4%	22%	9%	40%	20%	6%

4. 互联网在您的生活、工作/学习中有多重要，如表 6.13 所示：

表 6.13 互联网的重要性评价

	网民	非网民	总计
▪ 非常重要	30%	7%	21%
▪ 比较重要	42%	19%	33%
▪ 无所谓	20%	30%	24%
▪ 不太重要	7%	23%	13%
▪ 完全不重要	1%	12%	5%
▪ 不知道/难讲	0%	10%	4%

## 第七部分 澳门互联网使用现状统计报告

（2006年1月）

张荣显

[anguswhc@umac.mo](mailto:anguswhc@umac.mo)

王旭

[hsuwang@umac.mo](mailto:hsuwang@umac.mo)

澳门大学 澳门互联网研究计划

## 第一部分 相关说明

- 1、 **网民**：本调查采用了两种“网民”的定义。其一是从2001年度澳门调查起一直采用的“全球互联网研究计划”的定义（“你现在是否使用互联网”，简称WIP定义），以下部分内容将沿用此定义。其二是采用中国互联网络信息中心（CNNIC）的定义（“平均每周使用互联网至少1小时”），以便与中国互联网络信息中心的调查结果作比较。两种定义的统计结果略有不同，敬请读者垂注。
- 2、 **上网计算机**：指家庭内连上互联网的桌面电脑和手提电脑，但掌上电脑或带PDA功能的手机电话不在此列。
- 3、 本报告内容乃「澳门互联网研究计划」调查结果的一部分，该计划由澳门大学研究委员会及澳门基金会资助经费。本报告内容，并不代表资助机构的立场。
- 4、 本次调查统计数据截止日期为2005年12月29日。



## 第二部分 调查结果

### 一、澳门互联网络发展的宏观概况

#### （一）家庭上网计算机数

表 7.1 家庭上网计算机数

家庭总数	上网计算机总数	拨号上网计算机数*	宽带上网计算机数*
15.3 万	9.5 万	1.9 万	7.5 万
占家庭总数的比例	62%	12%	49%
占上网家庭的比例	100%	20%	79%

注：不包括租用专线、无线和手机上网。

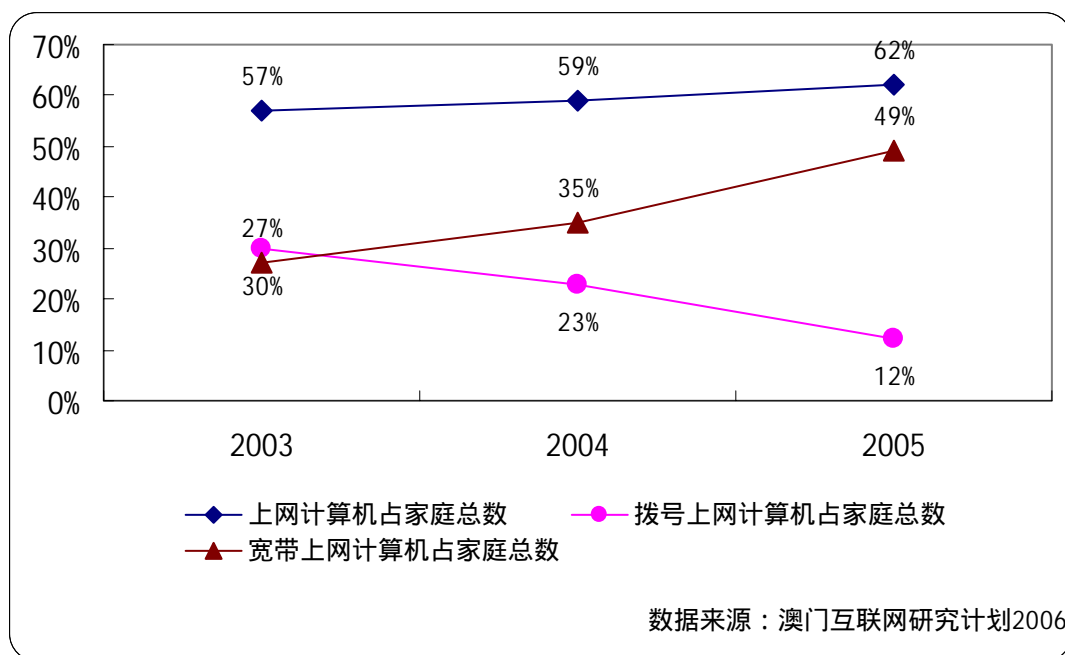


图 7.1 历年上网计算机占家庭总数比例情况

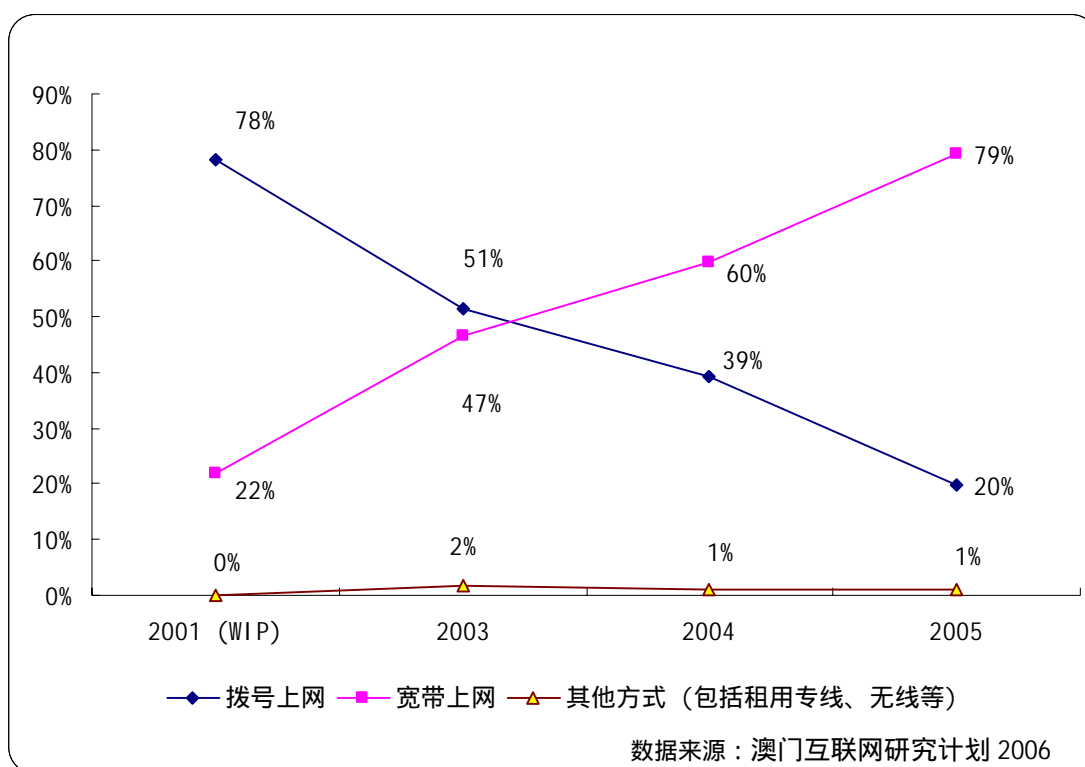


图 7.2 计算机联网方式变化情况

## （二）网民人数

- 1、以中国互联网络信息中心（CNNIC）定义计，在年龄为 6~84 岁之间的澳门常住居民中，有 23.3 万为网民（即占对应总体 44.3 万人口中的 52.7%），如考虑到抽样误差（ $\pm 2.3\%$ ），实际网民可能在 22.3 万至 24.4 万之间。
- 2、以 WIP 定义计，在年龄为 18~74 岁之间的澳门常住居民中，有 17.0 万为网民（即占对应总体 34 万中的 50%），如考虑到抽样误差（ $\pm 2.7\%$ ），实际网民可能在 16.1 万至 18.0 万之间。

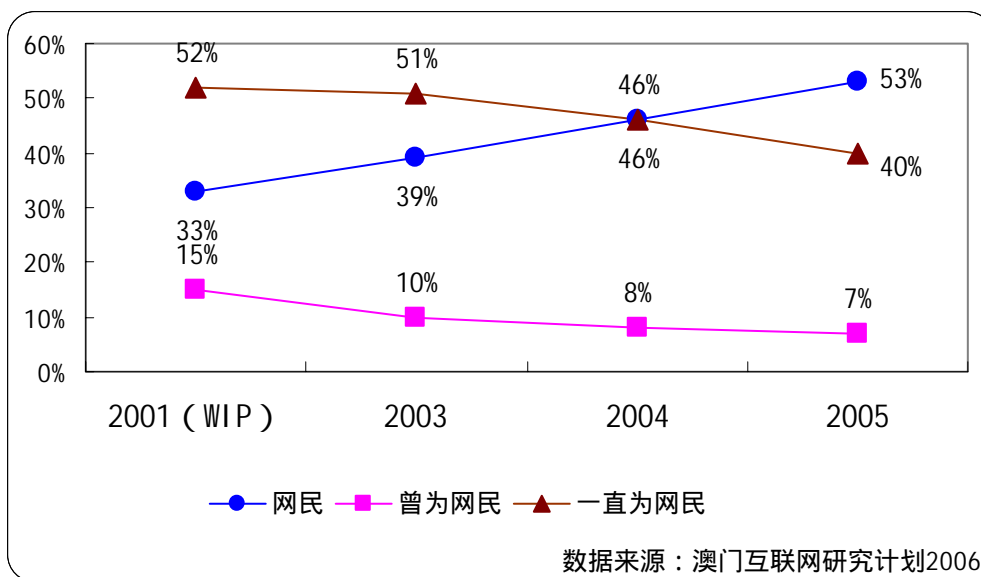


图 7.3 澳门居民上网增长情况

注：以下部分的“网民”，如不注明为“WIP定义”，即按中国互联网络信息中心(CNNIC)定义统计。在编号中加注\*者为中国互联网络信息中心电话抽样调查问题，不带\*者为澳门抽样调查问题。

## 二、网民行为意识调查结果

### (一) 网民个人信息

\*1. 网民的性别：男性占 48%，女性占 52%，如图 7.4 所示：

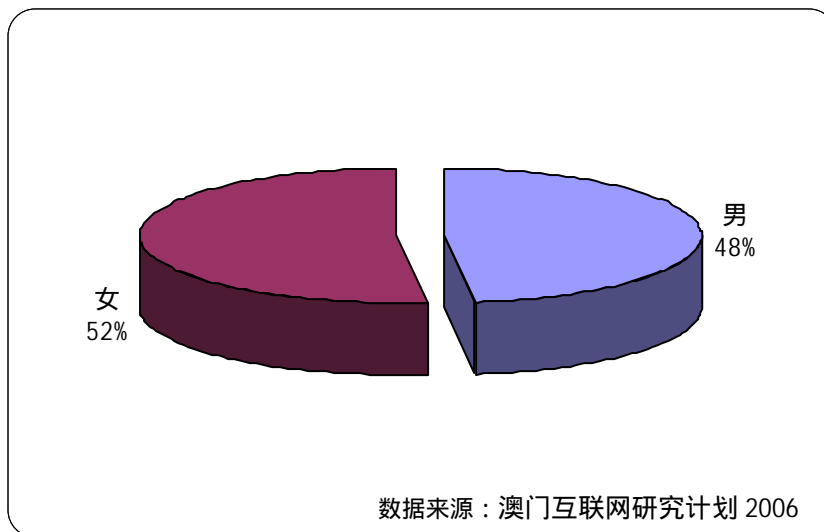


图 7.4 网民的性别分布

\*2. 网民的年龄分布，如表 7.2 和图 7.5 所示：

18 岁以下	18~24 岁	25~30 岁	31~35 岁	36~40 岁	41~50 岁	51~60 岁	60 岁以上
28%	20%	14%	9%	11%	13%	4%	1%

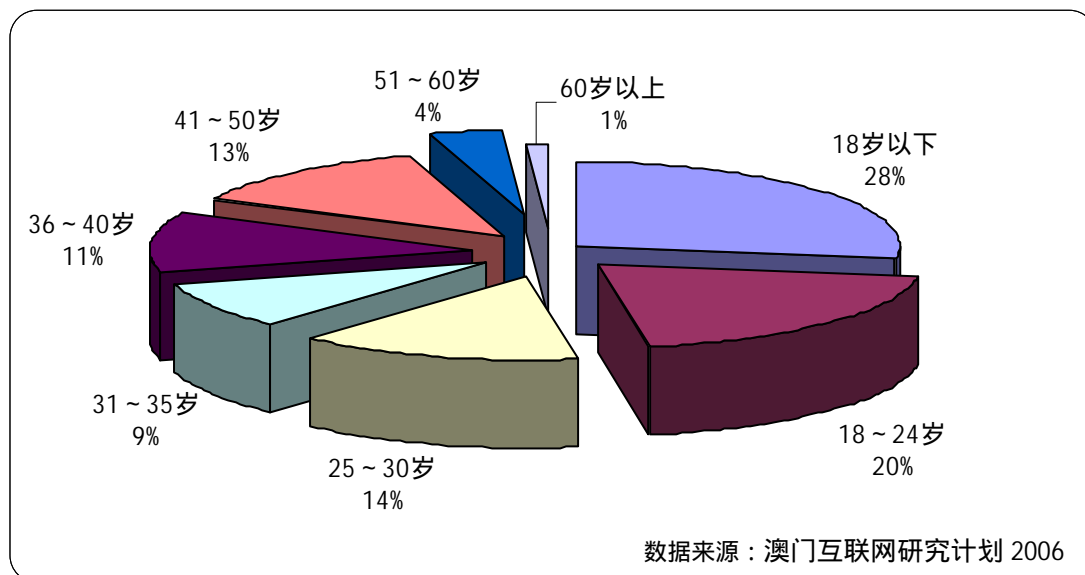


图 7.5 网民的年龄分布

\*3. 网民的婚姻状况：未婚占 65%，已婚占 35%，如图 7.6 所示：

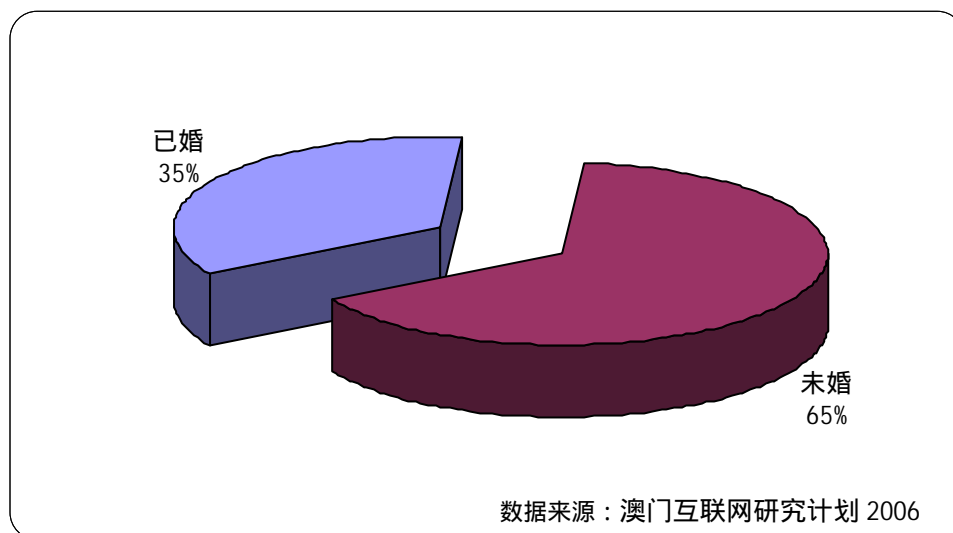


图 7.6 网民的婚姻状况

\*4. 网民的文化程度，如表 7.3 和图 7.7 所示：

高中以下	高中	大专文凭/副学士	大学本科	硕士, 博士
33%	35%	9%	20%	3%

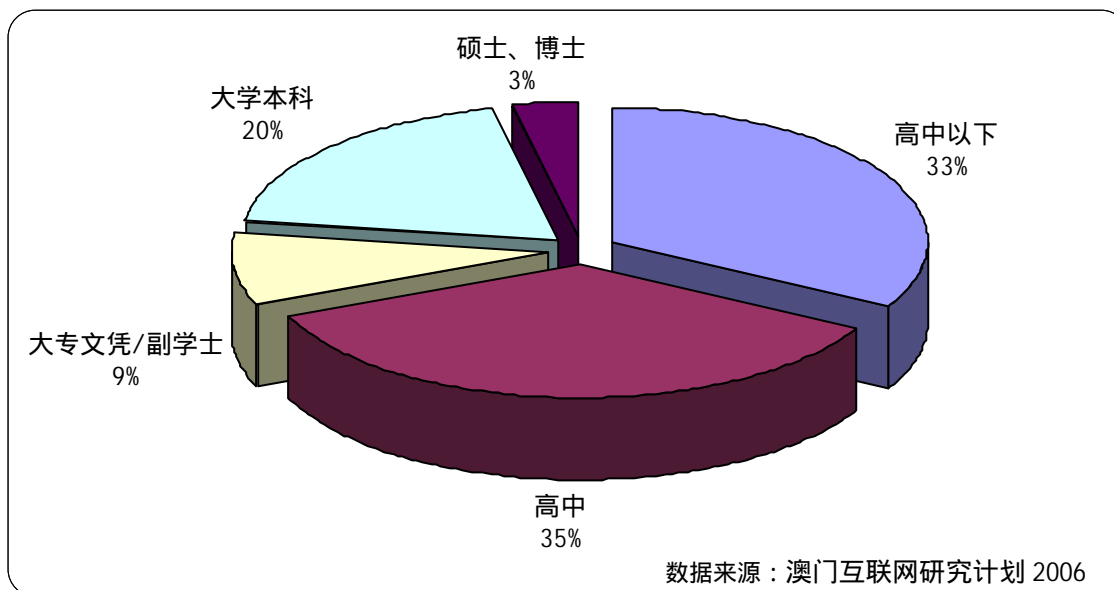


图 7.7 网民的文化程度分布

\*5. 网民的职业分布，如表 7.4 和图 7.8 所示：

表 7.4 网民的职业分布

公务员	管理阶层, 专业人士, 白领, 文职人员	蓝领, 劳动工人, 服务员	自雇人士	学生	失学, 退休, 失业, 家庭主妇	其它
5%	33%	13%	1%	39%	7%	1%

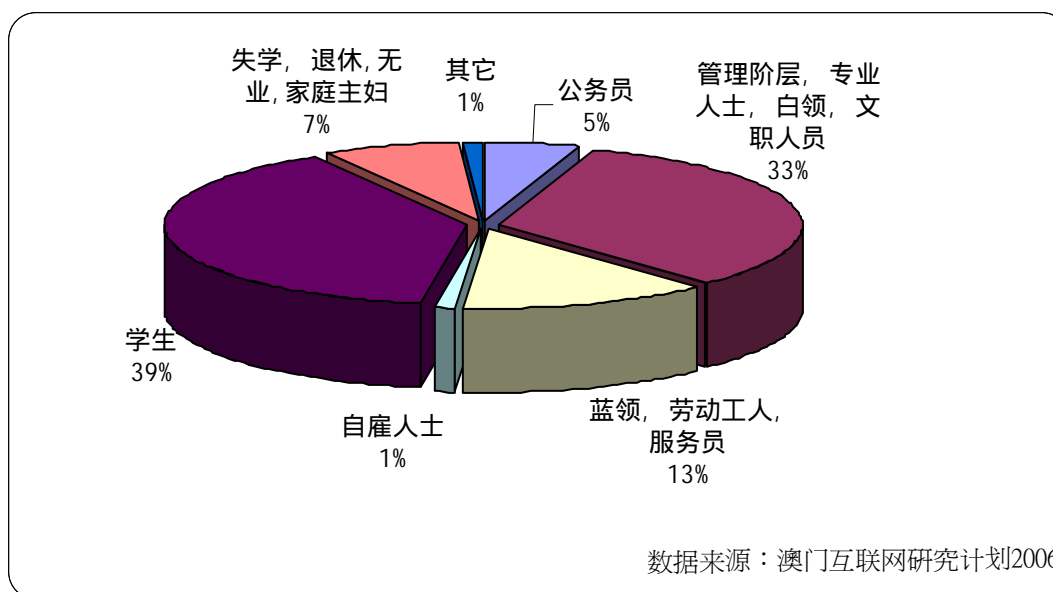


图 7.8 网民的职业分布

\*6. 网民的家庭月收入 (澳门元), 如表 7.5 和图 7.9 所示:

表 7.5 网民的家庭月收入分布

6千元以下	6千~1.2万元	1.2万~1.8万元	1.8万~2.4万元	2.4万元以上
12%	23%	22%	20%	23%

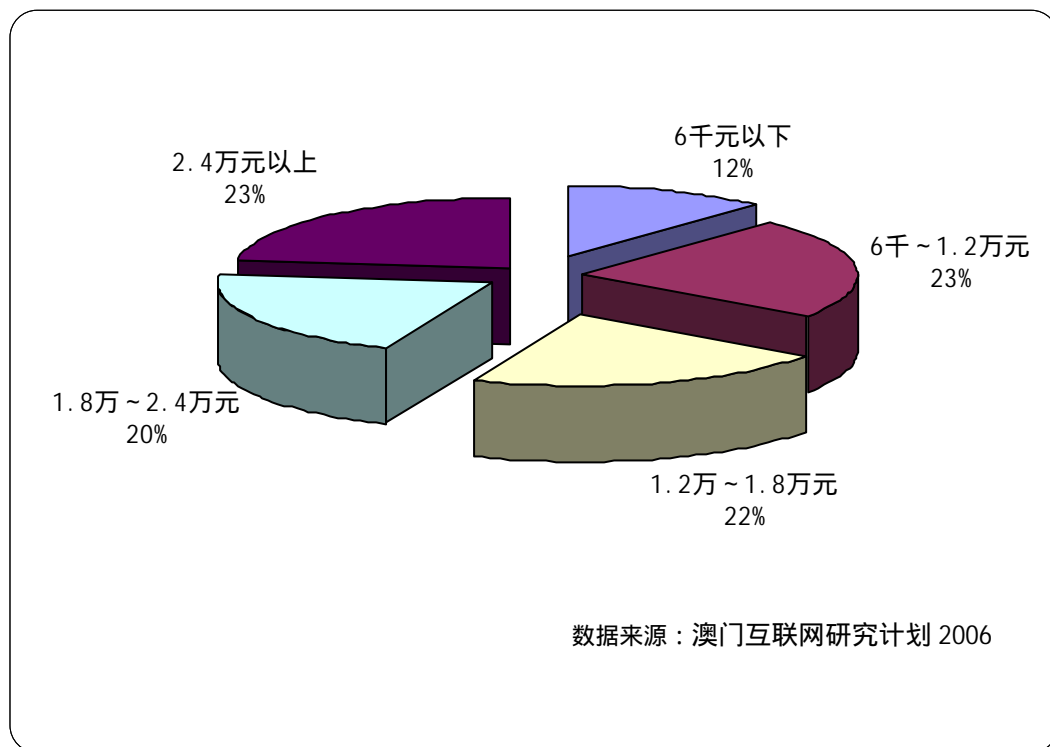


图 7.9 网民的家庭月收入分布

## (二) 网民使用互联网情况和上网习惯

\*1. 网民上网的主要地点 (多选题), 如表 7.6 和图 7.10 所示:

表 7.6 网民主要上网地点

家中	单位/公司	学校	网吧,图书馆等公共场所	不能确定
88%	27%	18%	16%	4%

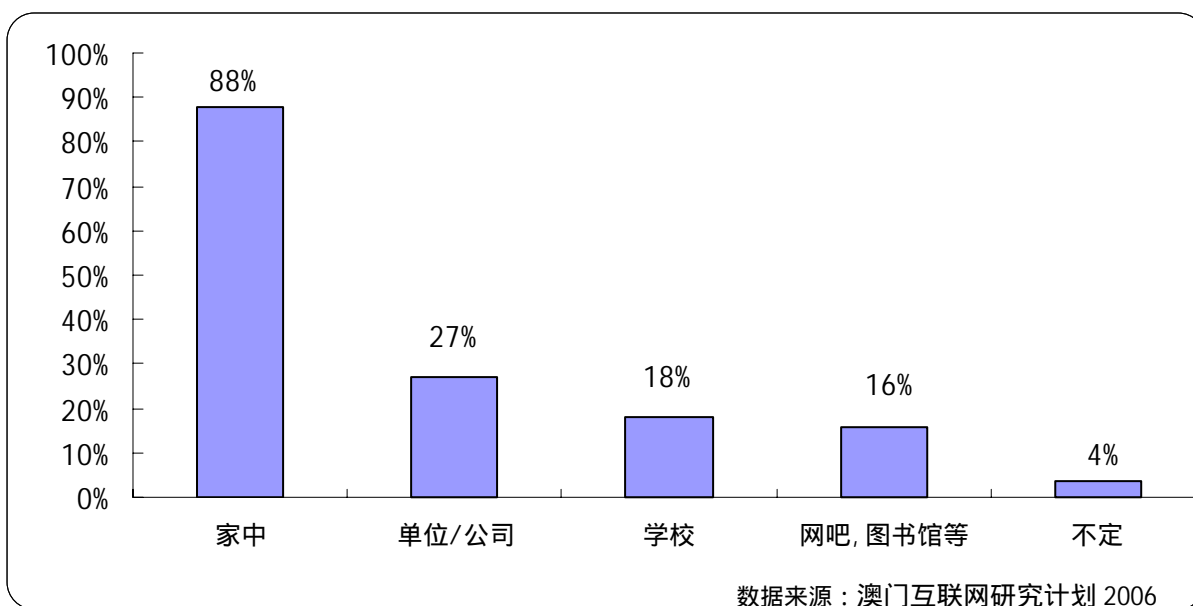


图 7.10 网民主要上网地点

\*2. 网民每月用于连接互联网的费用（平均 181 港元、或 23 美元），如表 7.7 和图 7.11 所示：

表 7.7 网民连接互联网的花费(港元)

低于 51 元	51 ~ 100 元	101 ~ 200 元	201 ~ 300 元	301 ~ 400 元	401 ~ 500 元	500 元以上
2%	24%	47%	18%	7%	1.80%	0.80%

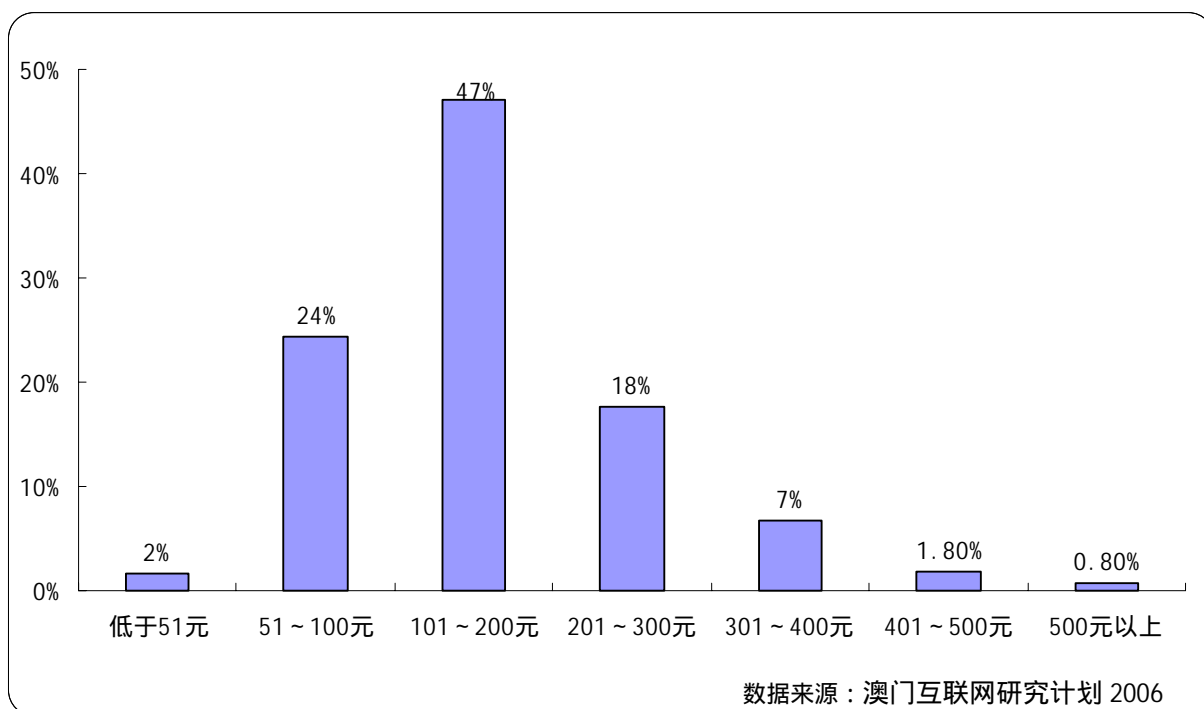


图 7.11 网民连接互联网的费用分布

\*3. 网民上网经验：

- 2 年以下 16%
- 2~4 年 48%
- 5~7 年 20%
- 7 年以上 16%

\*4. 网民连接互联网的方法（多选题）：

- 宽频 85%
- 普通电话线 17%
- 无线上网（包括 WLAN、手机 GPRS、WAP、WiFi） 12%
- 租用专线 2%
- 其它 0.4%
- 不知道 4%

\*5. 网民平均每周上网时间：13.3 小时

- 6 至 17 岁的网民平均每周上网时间：11 小时
- 18 至 84 岁的网民平均每周上网时间：14.3 小时

6. 网民平均每周上网天数：4.8 天。

\*7. 网民通常在什么时间上网（多选题），如表 7.8 和图 7.12 所示：

表 7.8 网民上网时间分布

<b>1 点</b>	<b>2 点</b>	<b>3 点</b>	<b>4 点</b>	<b>5 点</b>	<b>6 点</b>
14%	9%	5%	3%	2%	2%
<b>7 点</b>	<b>8 点</b>	<b>9 点</b>	<b>10 点</b>	<b>11 点</b>	<b>12 点</b>
1%	2%	10%	13%	12%	12%
<b>13 点</b>	<b>14 点</b>	<b>15 点</b>	<b>16 点</b>	<b>17 点</b>	<b>18 点</b>
11%	14%	15%	18%	21%	24%
<b>19 点</b>	<b>20 点</b>	<b>21 点</b>	<b>22 点</b>	<b>23 点</b>	<b>24 点</b>
27%	40%	48%	54%	42%	32%



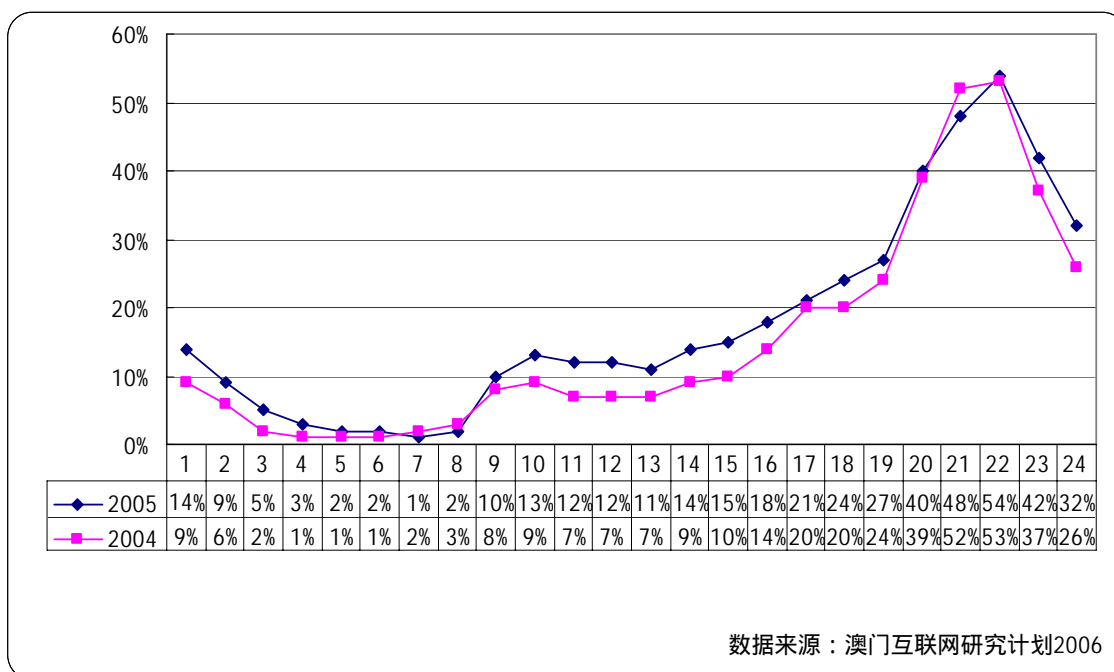


图 7.12 网民的上网时间分布

\*8. E-mail 账号数：

- 网民拥有 E-mail 账号平均值 2.4 个
- 其中免费 E-mail 账号平均值 2.2 个

\*9. 网民平均每周收发电子邮件数：

- 收到电子邮件数（不包括垃圾邮件） 24.7 封
- 收到垃圾邮件数 23.9 封
- 发出电子邮件数 12.0 封

\*10. 网民上网最主要的目的（多选题）：

- 获取资讯 80%
- 与人沟通 48%
- 休闲娱乐 40%
- 网上新闻 25%
- 教育/学习 11%
- 下载或上载软件 11%
- 网上社区 6%
- 网上理财 5%
- 公共服务 5%
- 网上购物 3%
- 网上求职 2.7%
- 网页制作 1.9%

- 网上博彩 1.6%
- 网上电话 1.2%
- 售卖货品或服务 0.7%
- 其它 3%

11. 网民看网上新闻的情况，如表 7.9 所示：

	从不	很少	有时	经常	每日
网民有否看网上新闻	24%	21%	27%	20%	8%

12. 网民看新闻的比例（多选题）：

- 本地新闻 73.8%
- 香港新闻 65.4%
- 中国内地新闻 21.7%
- 台湾新闻 19.7%
- 国际新闻 30.1%

\*13. 网民在过去一年中是否通过购物网站购买过商品或服务：

- 是 19%
- 否 81%

\*14. 网民在过去一年中在网上实际购买过哪些产品或服务（多选题）：

- 书籍 28%
- 旅游（飞机、火车、饭店） 20%
- 纺织、服装 16%
- 休闲娱乐（如电影票、门票） 14%
- 计算机 10%
- 家居、工艺品 9%
- 网上游戏 8%
- 家电 7%
- 网上博彩（足球、篮球等） 5%
- 股票买卖投资 4%
- 美容、护肤 4%
- 食品 3%
- 订阅网上信息/成为会员 2%
- 影音产品 1%
- 其它 14%
- 不定 4%

15. 网民每周用于网上六种主要活动的时间，如表 7.10 和图 7.13 所示：

表 7.10 网民每周用于网上主要活动的时间

	2003	2004	2005
搜寻信息	4.1	4.3	4.8
网上即时通讯(ICQ 或 MSN 等)	-	1.9	3.2
看网上新闻	2.0	2.5	2.5
收发电子邮件	1.9	2.7	2.4
玩网上的游戏	1.7	1.1	1.3
参加网上聊天、讨论	2.3	0.5	0.8

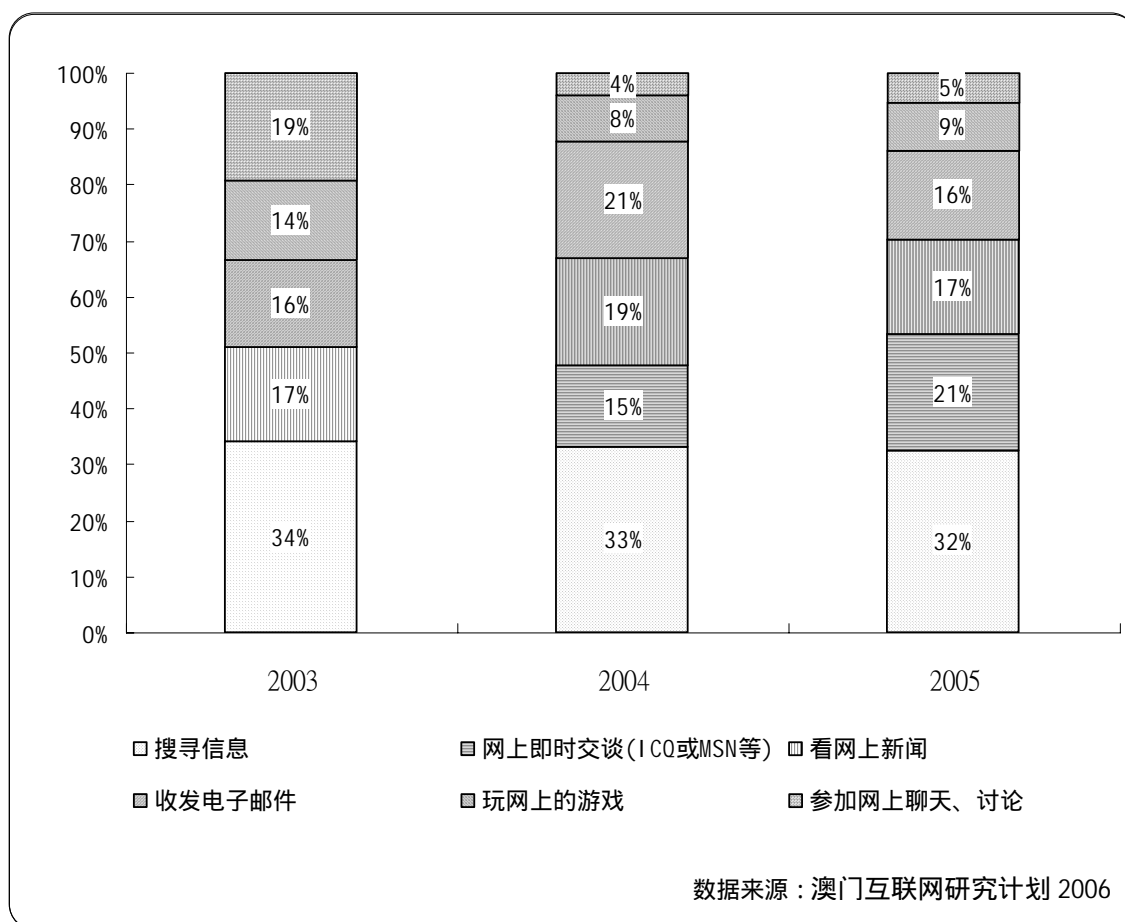


图 7.13 网民的主要网上活动时间分布

16. 网民平时主要浏览的网站（多选题）：

- 香港网站 77%
- 本澳网站 40%
- 台湾网站 23%
- 中国内地网站 22%
- 外国/海外网站 15%
- 其它 1%

17. 6~17岁网民平时主要浏览的网站（多选题）：

■ 搜索引擎--Yahoo/Google 等	71%
■ 网上游戏网站	29%
■ 娱乐网站	25%
■ MSN/ICQ	22%
■ 学校网站	19%
■ CTM 网	11%
■ 其它网站	11%
■ 新闻网站	9%
■ 同学/自己做的网站	6%
■ 不知道/很难说	4%

18. 网民使用政府部门网站的情况：

■ 每天都上	7%
■ 一星期多次	18%
■ 一个月多次	24%
■ 一年多次	17%
■ 绝少/从不	30%
■ 不知道/很难说	4%

19. 网民使用政府部门网页的服务（多选题）：

■ 查资料	95%
■ 查询（用 E-mail，留言版等）	19%
■ 下载资料	16%
■ 下载表格	15%
■ 投诉（用 E-mail，留言版等）	3%
■ 其它	6%

### 三、澳门非网民概况

\*1. 非网民不上网的原因（多选题）：

■ 不懂上网/没有所需技能	37%
■ 没有时间	20%
■ 没有需要/没用途	19%
■ 不感兴趣	17%
■ 没有计算机/相关设备	15%
■ 上网费用太贵	6%
■ 不清楚/没有原因	5%

- 担心孩子受到不良影响 4%
- 父母不批准 3%
- 计算机不够先进 2%
- 中文信息太少/不懂英文 1%
- 担心网上安全 0.6%
- 感兴趣的网站或信息太少 0.5%
- 传输速度太慢 0.5%
- 担心泄露隐私 0.4%
- 病毒太多 0.3%
- 想找的东西总是找不着 0.3%
- 其它 7%

\*2. 非网民预期上网时间：

- 1 个月内 3%
- 2~3 个月内 3%
- 4~6 个月内 4%
- 7~12 个月内 2%
- 1 年以后 3%
- 不知道/无法预计 9%
- 根本不打算上网 76%

\*3. 非网民因不上网而遇到的经历，如表 7.11 所示：

表 7.11 网络对非网民的影响

	从不	很少	有时	经常
因为不上网而有过觉得不合潮流的经历	54%	9%	23%	14%
因为不上网而有过有人鼓励您使用互联网的经历	72%	7%	15%	5%
因为不上网而有过被朋友排斥的经历	95%	3%	1%	1%
因为不上网而有过对升学/工作不顺利的经历	86%	5%	6%	3%
因为不上网而有过别人说很难与您联络的经历	95%	2%	2%	1%
因为不上网而有过觉得比别人知道的时事新闻少的经历	66%	8%	18%	7%
因为不上网而有过觉得生活上少了乐趣的经历	77%	6%	12%	5%

#### 四、网民与非网民对互联网的看法

\*1. 您是否信任互联网，如表 7.12 所示：

表 7.12 对互联网的信任度

	网民	非网民	总计
完全不信	3%	3%	3%
不太信任	18%	19%	19%
半信半疑	51%	22%	36%
比较信任	22%	13%	17%
完全信任	1%	2%	1%
不知道/说不准	5%	42%	24%

2. 网上信息是否需要管理和控制，如表 7.13 所示：

表 7.13 对网上信息管理和控制的看法

	网民	非网民	总计
完全不需要	5%	3%	4%
不太需要	15%	9%	12%
比较需要	49%	40%	45%
非常需要	28%	26%	27%
说不准	3%	23%	12%

\*3. 对互联网的作用和影响的看法，如表 7.14 所示：

表 7.14 对互联网作用和影响的评价

	很不赞成	不太赞成	一半赞成，一半不赞成	比较赞成	非常赞成	不知道/说不准
使用互联网可以提高生活效率	2%	13%	10%	53%	15%	8%
使用互联网容易结交不好的朋友	5%	24%	12%	38%	9%	12%
使用互联网容易暴露隐私	6%	33%	11%	32%	5%	15%
使用互联网容易受不良信息影响	4%	24%	10%	42%	10%	10%
使用互联网容易使人上瘾	4%	21%	8%	46%	11%	10%

4. 网上信息的可靠程度，如表 7.15 所示：

表 7.15 对网上信息可靠程度的评价

	网民	非网民	总计
完全不可靠	2%	2%	2%
不太可靠	42%	36%	39%
比较可靠	46%	22%	35%
非常可靠	2%	2%	2%
不知道/很难说	9%	38%	22%

5. 网上信息的准确程度，如表 7.16 所示：

表 7.16 对网上信息准确程度的评价

	网民	非网民	总计
完全不准确	0.40%	1%	1%
不太准确	34%	29%	32%
比较准确	53%	26%	41%
非常准确	2%	2%	2%
不知道/很难说	11%	42%	25%

6. 是否愿意在网上提供个人身份资料，如表 7.17 所示：

表 7.17 是否愿意在网上提供个人身份资料

	网民	非网民	总计
完全不愿意	46%	55%	50%
不太愿意	40%	22%	32%
比较愿意	9%	7%	8%
非常愿意	1%	2%	1%
不知道/很难说	4%	15%	9%

7. 是否愿意在网上提供个人信用卡资料，如表 7.18 所示：

表 7.18 是否愿意网上提供个人信用卡资料

	网民	非网民	总计
完全不愿意	59%	63%	61%
不太愿意	28%	15%	22%
比较愿意	5%	2%	3%
非常愿意	1%	0.3%	0.4%
不知道/很难说	7%	20%	13%

8. 是否愿意在网上提供个人感想资料(博客/网上日志等)，如表 7.19 所示：

表 7.19 是否愿意提供个人感想资料

	网民	非网民	总计
完全不愿意	23%	37%	29%
不太愿意	25%	20%	23%
比较愿意	43%	21%	33%
非常愿意	6%	3%	5%
不知道/很难说	3%	20%	10%

## 第八部分 调查方法

### 一、中国互联网络信息中心(CNNIC)调查方法

依据统计学理论和国际惯例,在前16次调查工作基础之上,本次调查采用了计算机网上自动搜寻、网上联机、电话抽样、相关单位上报数据等调查方法。

#### (一) 域名数、网站数、IP地址调查

##### 1. 我国的通用顶级域名数及对应网站数:

通过各通用顶级域名注册服务机构协助提供。这些数据包括:所有通用顶级域名(gTLD)和有网站(即有WWW服务)的通用顶级域名(gTLD)总数、所有通用顶级域名(gTLD)和有网站的通用顶级域名(gTLD)按.COM、.NET、.ORG分类的数目、所有通用顶级域名(gTLD)和有网站的通用顶级域名(gTLD)按注册单位所在省份分类的数目。

##### 2. 我国的CN域名数及对应网站数:

采用计算机网上自动搜索可得到如下数据:CN下的域名数及地域分布情况;CN下网站数及其地域分布情况。

##### 3. 我国域名总数、网站总数:

将以上(一)(二)两部分的相关数据分别相加,即可得到我国的域名总数、网站总数、域名和网站的地域分布、网站分类数等数据。

##### 4. IP地址总数:

IP地址分省统计的数据来自APNIC,中国互联网络信息中心(CNNIC)IP地址数据库,数据统计方法是将两个数据库中已经注册且可以判明地址所属省份的数据,按省分别相加得到,由于地址分配使用是动态过程,所统计数据仅供参考。

#### (二) 网上联机调查



网上联机调查重在了解网民对网络的使用情况、行为习惯以及对热点问题的看法和倾向。具体方法是将问卷放置在中国互联网络信息中心（CNNIC）的网站上，同时在全国各省的信息港与较大 ICP/ISP 上设置问卷链接，由网民主动参与填写问卷的方式来获取信息。

中国互联网络信息中心(CNNIC)在 2005 年 12 月 9 日~12 月 31 日进行了网上联机调查。调查得到了国内众多知名网站、媒体的大力支持，国内许多知名网站均在主页为本次联机调查问卷放置了链接。本次网上联机调查共收到调查问卷 38,018 份，经过有效性检查处理得到有效答卷 24,068 份。

### （三）电话抽样调查

电话抽样调查侧重于了解中国网民的总量、相关的特征及行为特点等。

#### 1. 调查总体

结合调查目的，网下调查的目标总体定义为：全国 6 周岁以上的居民。从访问实施的角度，把目标总体细分为：1、全国有住宅固定电话的 6 周岁以上的人群（总体 A），采用电话调查的方式；2、全国所有高等院校中的住校学生（总体 B），采用电话调查的方式；3、没有住宅固定电话、但有小灵通的 6 周岁以上的人群（总体 C1），采用电话调查的方式。由于在实施中，总体 A 和 C1 无法区分，所以将其作为一个总体进行调查。在对全国结果进行推断时，将总体 A + C1 和总体 B 的统计量应用加权公式进行汇总。

#### 2. 总体 A + C1 抽样方法

按照科学性和可操作性相结合的原则，对总体 A + C1 按省进行分层。

##### 抽样指标的确定

从全国的情况来看，各省的城市住宅电话与乡村住宅电话的比例差异很大，由于城市与农村家庭的平均人口数差异很大，所以在用各省数据推断全国时，考虑的指标是“拥有住宅电话的人数（或称住宅电话覆盖的人数）”；在确定各省中地市（此处的地市包括地级市和地区行署，每个地市下都包括城镇和乡村，以下简称地市州）的样本量时，采用地市州的“人口和经济指标”建立回归预测模型估计该地市州的住宅电话数目，并将该地市州的住宅电话数目作为抽样指标。

##### 样本量

综合考虑到调查的精度和费用、时间的要求，在保证网民人数最少的省的样本量

能满足推断本省网民总数的基本要求下，置信度为 95%，设计效应为 2 时，最大绝对误差为 2.2%。由于各省的网民人数和占本省人口数的比例差异很大，考虑各方面的因素，根据第 15 次中国互联网络信息中心（CNNIC）的调查结果，以各省网民人数为依据，算得每个省的样本量。本次调查全国的样本量为 32,106 个。

### 省内各地市的抽样方法

第一步：从精度上考虑，为使样本更接近自加权样本，在每个省中抽取全部的地市州。省内各地市州的样本量，按各地市州住宅电话数目比例进行分配。

第二步：获得各地市州的所有电话局号，根据该地市州的局号生成电话号码库。电话号码中除局号外的后四位，由随机数生成。

第三步：确定调查对象，在电话（包括没有住宅固定电话的小灵通）拨通后，把接听电话的人作为被访对象，询问家庭基本状况和他（她）本人上网（不上网）的有关情况、个人背景资料和家庭其他成员的最简要资料。如果他（她）不上网，但家中有人上网，则再随机抽取一名上网的成员来接听电话，回答有关上网的问题以及自己的个人基本资料。

### 全国加权方法

对全国的推断采用对各省的调查结果进行事后加权处理的方法。

通过以上方法确定了调查对象后，分别对有住宅电话的住户、没有住宅电话的小灵通用户进行电话访问，经过事后加权得出总体 A + C1 的调查结果；对于总体 B（住校的高等院校学生），在第 16 次调查结果的基础上进行推断得出。最后将这两部分调查结果综合加权计算以后即得到我国网民的总量、相关特征、行为特点等数据。

### 3. 抽样调查成功率

按美国舆论研究协会（AAPOR）的成功率公式三计算，本次抽样调查的成功率为 39%。

### 4. 数据预处理

在数据处理之前，对数据中变量的取值、变量之间的逻辑关系等进行检查，对其中的不合格样本进行了核对、删除和补充，并对部分变量进行了事后编码。

在统计报告中有一些平均数（比如每周上网小时数等），在计算这些平均数前，首先采用以大于或小于平均数的三个标准差和检查观测量的各变量之间的逻辑关系等方法对数据中的异常值进行排除。

## 二、香港城市大学互联网研究计划调查方法

### (一) 调查总体

本调查的目标总体有两个,一是全香港有住宅电话的6~84岁常住居民并说中文者(包括广东话、普通话及其它方言,即与CNNIC的总体定义相同);另一个总体是在上述总体中18~74岁的成年人(与2000~2004年间调查参照的WIP总体定义相同)。前者用于与CNNIC调查结果相比较,后者则与2000~2004年间调查结果相比较。

### (二) 抽样方法

**样本量:**为与CNNIC分省样本量相仿,本调查最后成功调查了1187人,在95%的置信度下,该样本的抽样误差2.8%。

**抽样方法:**本调查沿用前四次所采用的“随机电话号码拨号”(RDD)的抽样方法。首先通过电脑程序产生出10000余个随机电话号码,拨通查明为住宅电话后,要求在本户6~84岁的常住并说中文的成员中访问一名生日最近者。如被抽中的电话无人接、抽中的被访者不在家或不便接受访问,访问员在不同的日期与不同的时段先后五次回拨。

**调查成功率:**按美国舆论研究协会(AAPOR)的成功率公式三(RR3)计算(详见AAPOR网址:  
[http://www.aapor.org/default.asp?page=survey\\_methods/standards\\_and\\_best\\_practices/standard\\_definitions#response](http://www.aapor.org/default.asp?page=survey_methods/standards_and_best_practices/standard_definitions#response)),本调查的成功率为33%,与2000~2004年度调查结果(分别为38%、35%、36%、33%和41%)相仿。

**(三) 加权方法:**在统计分析之前,以香港2005年6月人口统计资料中性别与年龄的交叉分布为基数、对样本作了加权处理,使得样本与对应总体的性别与年龄的结构相同。

**(四) 数据预处理:**在上述报告中使用了一系列平均数,如人均上网时间、电邮账号数、收发电邮数等。众所周知,一组数据中如出现个别极大或极小的异常值,会明显影响该组数据平均数的取值。按惯例在计算上述平均数前,先剔除了原始数据中的异常值(定义为大于或小于平均数的三个标准差)。如此修正过的平均数,比原始数据的平均数减小10%~50%不等,但更接近总体的实际情况。

### 三、澳门互联网研究计划调查方法

#### （一）调查总体

本调查于 2005 年 12 月 9 日至 29 日期间，透过计算机辅助电话访问系统（CATI），向全澳门有住宅电话的 6~84 岁常住居民并说中文者（包括广东话、普通话及其它中国方言）进行访问。在本调查中，有两个目标总体，其一是上述 6~84 岁的澳门居民，其二是上述总体中 18~74 岁的成年人。前者适用于中国互联网络信息中心（CNNIC）的定义作统计分析，后者则用作以 WIP 为定义的统计分析。

#### （二）抽样方法

**样本量：**本调查成功调查了 1851 合资格的受访者。在 95% 的置信度下，该样本的抽样误差为  $\pm 2.3\%$ 。

**抽样方法：**本调查采用全澳门所有住宅电话号码为抽样框架，先以计算机随机抽出 6187 个电话号码，再以辅助电话访问系统随机抽出号码，经调查员拨通查明为住宅电话后，要求在该户 6~84 岁的常住并说中文的成员中访问一名生日最近者。如被抽中的电话无人接、抽中的被访者不在家或不便接受访问，访问员在不同的日期与不同的时段先后回拨不多于 10 次，最终使用了 5982 个随机号码。

**调查成功率：**按美国民意研究协会（AAPOR）的成功率公式三（RR3）计算（详见 AAPOR 网址：

[http://www.aapor.org/default.asp?page=survey\\_methods/standards\\_and\\_best\\_practices/standard\\_definitions#response](http://www.aapor.org/default.asp?page=survey_methods/standards_and_best_practices/standard_definitions#response)），本调查的成功率为 36.2%，比过去两年的成功率稍低（2003 年为 40.4%；2004 年为 45.3%）。

#### （三）加权方法

在统计分析之前，以最新之澳门人口统计资料中性别与年龄的交叉分布为基数，对样本作了加权处理，使得样本与对应总体的性别与年龄的结构相同。

#### （四）数据预处理

为了减低数据中如出现个别极大或极小的异常值对该组数据平均数取值的影响，按惯例在计算上述平均数前，以大于或小于平均数的三个标准差来取代原始资料中的异常值。经修正后，上述报告中的平均数，例如上网时间、电邮帐号数、收发电邮数等，比原始数据的平均数减少 2%~32% 不等，然而更接近总体的实际情况。

## 第九部分 中国互联网络信息中心（CNNIC）调查支持单位

### （一）调查支持网站（排序不分先后）

人民网	新华网	中国网
央视国际	国际在线	中国日报网站
中青网	光明网	中国广播网
北京广播网	千龙网	南方网
东方网	大连天健网	

### （二）调查入口网站（按照网站挂出调查链接的先后顺序排名）

网易	搜狐	新浪网
宁夏信息港	银河网	燕赵新天地
广西信息港	黑龙江信息港	湖南信息港
江河源热线	福建热线	江西热线
IT 人才中心	中国网友会	天涯热线
IT 俱乐部	39 健康网	政府网上工程
你好万维网	21CN	中国人才热线
263 网络通信	计世网	赛迪网
中国信息发布网	云南信息港	天府热线
吉林信息港	绍兴之窗	新网
中国万网	了难网	新丝路
贵州信息港	河南网	中国网站联盟
腾讯	金羊网	金陵热线
企业网通	安康市人民政府网站	商务中国
中国长城互联网	天津信息港	天极网
前程无忧	台州网	调研在线
中企动力	神州宏网	

### （三）调查带宽支持单位

北京市通信公司 IDC

**（四）调查协助单位（排名不分先后）**

中国网络通信集团公司  
中国电信集团公司  
中国联合通信有限公司  
中国移动通信集团公司  
中国教育与科研计算机网网络中心  
中国科技网网络中心  
中国通信广播卫星公司  
中国国际电子商务中心  
中国长城互联网网络中心  
北京中科三方网络技术有限公司  
北京万网新兴网络技术有限公司  
北京新网数码信息技术有限公司  
厦门三五互联科技有限公司  
北京信诺立兴业网络通信技术有限公司  
北京东方网景信息科技有限公司  
北京中企网动力数码科技有限公司  
厦门中资源网络服务有限公司  
北京搜狐在线网络信息服务有限公司  
厦门华商盛世网络有限公司

本报告版权归中国互联网络信息中心(CNNIC)所有。  
如引用或转载，请注明来源。